

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

EESTI JA IDA-VIRUMAA KUVAND NOORTE IDAVIRUMAALASTE SEAS

Bakalaureusetöö (4 AP)

Merili Väljaotsa
Juhendaja: Aune Past, MA

Tartu
2008

Sisukord

Sissejuhatus	3
1. Teoreetilised lähtekohad.....	5
1.1 Kuvand ehk imago	5
1.1.1 Imago, identiteet ja maine	9
1.2 Imago kujunemine.....	13
1.3 Imago olulisus	15
1.4 Imago seos väärtuste ja kultuuriga	17
2. Empiirilised lähtekohad.....	19
2.1 Eesti sotsiaalkultuuriline kontekst imagote formeerumise mõjutajana.....	19
2.2 Ülevaade Ida-Virumaast ja maavalitsuse mainekujunduslikest eesmärkidest	21
3. Uurimisküsimused ja metoodika.....	23
3.1 Uurimisküsimused.....	23
3.2 Uurimismeetodid.....	24
3.3 Valim.....	26
4. Tulemuste esitus.....	28
5.1. Formaliseeritud küsimustik.....	28
5.1.1. Ida-Virumaa	28
5.1.2 Eesti.....	35
5.2 Semantiline diferentsiaal	41
5.3 Kontentanalüüs.....	47
5.3.1 Ida-Virumaa	47
5.3.2 Eesti.....	57
5. Diskussioon ja järeldused.....	68
Kokkuvõte	83
Summary	85
KASUTATUD KIRJANDUS	87
LISA 1. Küsimustik eesti keeles.	90
LISA 2. Küsimustik vene keeles.	95
LISA 3. Semantilise diferentsiaali tulemused.	100
LISA 4. Tabelid.....	103
LISA 5. Kodeerimisjuhend (Ida-Virumaa)	121
LISA 6. Kodeerimisjuhend (Eesti).....	124

Sissejuhatus

Kaasaegses edule ja kasumile orienteeritud maailmas on lisaks toodetele ja teenustele brändideks muutumas üha enam ka kohad. Riikide, linnade ja maakondade juhid on taibanud, et nende edu oma eesmärkide saavutamisel sõltub paljuski konkreetse koha sisemisest ja välimisest kuvandist. On paratamatu tõsiasi, et näiteks riigist või maakonnast, mille kuvand on oma elanikele atraktiivne, soovitakse väiksema tõenäosusega lahkuda kui piirkonnast, millega seostuvad negatiivsed kogemused ja tundmused. Ka turistid külastavad ennekõike hea mainega paiku. Seetõttu ongi erinevate kohtade jaoks soodsa kuvandi loomine elulise tähtsusega.

Piirkonna kuvandi formeerumise juures mängivad väga suurt rolli selle elanikud, keda võib pidada paiga kuvandi kandjateks. Nende poolt levitatav esmane teadmine on avaliku kuvandi üheks nurgakiviks. Käesoleva töö fookuses on Eesti ja Ida-Virumaa kuvand Ida-Virumaa 12. klasside õpilaste seas.

Võtan vaatluse alla nimetatud kuvandid just Ida-Virumaa noorte seas, sest regioon on väga suur vene keelt kõnelev kogukond. Maakonna näol on tegemist justkui “riigiga riigis”: pea kolmveerand Ida-Virumaa elanikest on vene rahvuse esindajad ning maakond on „oma hoiakutelt ja keeleoskuselt täiesti omaette keskkond“ (Rannut 2007: 287). Kuna on teada, et kuvandi tunnused varieeruvad suurel määral ühest kultuurist või subkultuurist teise, siis huvitab mind, kas ja kuidas erinevad ja kuidas suhestuvad omavahel Ida-Virumaa eesti ja vene emakeelega noorte kognitiivsed pildid oma kodumaast ja –maakonnast.

Kuigi Ida-Virumaa kuvandit on meie instituudis juba 2006. aastal uuritud, pean oluliseks seda ka käesoleva töö raames vaadelda. Kogu töö peamiseks eesmärgiks ongi võrrelda, kuidas uuritavad noored oma lähiümbrust ehk kodumaakonda (keskkonda, kus põliseestlased on vähemuses) ja kogu Eestit (keskkonda, kus eestlased on enamuses ja vene rahvuse esindajad vähemuses) tajuvad, kas ja kuidas see need kujutluspildid erinevad ja üksteisega seostuvad.

Samuti ei ole kuvand staatiline, vaid muutub vastusena hetkeolukorrale ehk siis vastavalt sotsiaalsetele oludele, milles informatsiooni edastatakse ja milles mõju rakendatakse. Aja jooksul tekkinud muljed muutuvad isegi stabiilse liikmeskonnaga avalikkuses. Avalikud

kuvandid hägustuvad, muutuvad ühes või teises suunas, lihtsustuvad või laienevad ning täpsustuvad.

Kuvandite formeerumist ja muutumist mõjutavad mitmed tegurid, näiteks kultuur; sotsiaalsed võrgustikud; keskkond, milles me toimime jms. 2007. aasta aprillis leidsid Eestis aset raputavad sündmused, mis muutsid suurel määral Eesti sisekliimat. Käesoleva bakalaureusetöö sihiks on uurida, kas, kuivõrd ja millises suunas on eesti ja vene noorte suhtumine Ida-Virumaasse ja Eestisse muutunud vastusena uuele situatsioonile. Ehk et milliseks on kujunenud Ida-Virumaa ja Eesti kuvand 2007. aasta lõpus.

Hea võimalus võrrelda Ida-Virumaa kuvandit nimetatud gruppides eelmisel ja käesoleval aastal on tänu Tartu Ülikoolis 2006. aastal Maarika Kirikmäe poolt kaitsitud bakalaureusetööle „Ida-Virumaa imago maakonna eesti ja vene koolilõpetajate seas. Pilootuuring“. Eesti kuvandit Ida-Virumaa noorte seas pole eelmisel aastal uuritud, seega selle kuvandi muutumise asjus saan tugineda peaaesjalikult respondentide eneserefleksioonile – nende endi seisukohtadele oma arvamuse muutumise (ja seeläbi ka kuvandi muutumise) asjus.

Bakalaureusetöö on järg autori seminaritööle „Eesti kuvand Ida-Virumaa noorte seas“ ning jaguneb kuueks peatükiks. Töö esimeses osas annan ülevaate teoreetilistest lähtekohtadest. Nimetatud osas interpreteerin mõisted imago ehk kuvand, maine ja identiteet ning selgitan imago kujunemise protsessi ja imago olulisust. Lisaks vaatlen imago seost kultuuri ja väärtustega. Peamiselt toetun Dowlingu, Fombruni ja Bromley seisukohtadele.

Töö teises peatükis annan lühikese ülevaate uuringu empiirilistest lähtekohtadest. Sealhulgas selgitan lühidalt Eesti sotsiaalkultuurilise konteksti mõju imagote formeerumisele ning annan ülevaate Ida-Virumaast ja maakonna mainekujunduslikest sihtidest.

Kolmandas peatükis esitan peamised uurimisküsimused ning selgitan ja põhjendan käesolevas töös rakendatavaid uurimismeetodeid ning uuringu valimi moodustamise põhimõtteid.

Neljandas osas tutvustan uuringu tulemusi ning töö viimases, viiendas osas esitan olulisemad järeldused. Sealjuures püüan saadud tulemusi interpreteerida, anda hinnangut kasutatud metoodikale ning vastata uurimisküsimustele.

1. Teoreetilised lähtekohad

Selleks, et uurida Ida-Virumaa ja Eesti kuvandit, tuleks täpsustada kuvandi (imago), identiteedi ja maine mõisteid ning selgitada kuvandi kujunemisprotsessi ning selle olulisust.

Kuna eraldi piirkonna imago ja maine kohta pole palju akadeemilist kirjandust saadaval, lähtun teooria osas peamiselt korporatiivse imago ja maine kohta avaldatud kirjandusest. Ning kuna oma olemuselt on kuvandi teke olenemata valdkonnast alluv ühesugustele seaduspärasustele, lähtun oma töös erinevatest imagoteooriatest püüdes neid just piirkonna kuvandi vaatenurgast lähtuvalt vaadelda.

Käesoleva bakalaureusetöö puhul toetun imagoteoorias peamiselt kolme autori seisukohtadele. Nendeks on Grahame Dowling, Charles Fombrun ning Dennis Bromley. Palju kasutan ka Aune Pasti poolt kirjutatud imago teooriat käsitlevaid teoseid. Lühidalt leiavad töös äramärkimist ka Richard Dolphini, Daniel Boorstini, Tuula-Riita Markkaneni, Maijken Shultzi, Mary Jo Hatchi & Mogens Holten Larseni imagoalased teemakäsitlused.

1.1 Kuvand ehk imago

Kuna mõiste 'imago' pole eesti keeles kuigi levinud ja lõpuni mõistetud, siis kasutan käesoleva töö raames imago sünonüümina sõna eestikeelset tuletist „kuvand“, mis oma tähenduselt märgib täpselt samuti nähtusest tekkinud kujutluspilti.

Mõiste 'imago' sai populaarseks 1950-ndatel aastatel Ameerika Ühendriikides, kui imagost hakati rääkima paljudes erinevates eluvaldkondades seoses televisiooni ja turunduse kiire arenguga (Past 2007). Imagot peeti esialgu millekski täiesti kontrollitavaks ja pelgalt suhtekorralduse abil kujundatavaks.

Viimase lähenemise alla kuulub ka Daniel Boorstini (1961) imago definitsioon, mille kohaselt on imago üksikisiku, ühenduse, institutsiooni, toote või teenuse professionaalselt loodud eripära. Boorstin rõhutab, et imago pärineb ladinakeelsest sõnast *imitare*, mis tähistab imiteerimist, järgi tegemist ja jäljendamist. Tema järgi on imago mis tahes asja ning eriti

inimese välise olemuse imiteerimine. See on midagi järeletehtut ja jäljendatut. Imagoid konstrueeritakse selleks, et inimestele meeldida ning nad on üha enam asendamas ideaale.

Tänaseks on imagoteoreetikud jõudnud arusaamiseni, et imago pole siiski ainult midagi sellist, mida selle omaja iseseisvalt luua ja kontrollida saab. Bouldingu (1956) imagoteooria kohaselt on imago persooni subjektiivne teadmus nähtusest; oluline teave organisatsiooni või inimese kohta, mis aitab teha kiireid otsuseid ja määrab ära inimese käitumise. Ta rõhutab, et imago loojad ei ole mitte turundusspetsialistid, vaid sihtgrupid ise. Imago kujunemise juures mängivad samavõrd tähtsat rolli nii organisatsiooni identiteet ja edastatavad sõnumid kui ka sihtgruppide kogemused ja identiteet.

Dan Nimmo ja Robert Savage leiavad, et imago on inimese või organisatsiooni atribuut ja teisalt mentaalne konstruktsioon. Inimene või organisatsioon saadab sõnumi, mille vastuvõtja pildiks protsessib (Past 2006). Avalik imago tekib ka siis, kui sellele teadlikult organisatsiooni kommunikatsioonistrateegia kohaselt kaasa ei aidata. Seega ei ole imago midagi kunstlikult loodut, vaid tegelikkuse põhjal erinevate protsesside käigus kujunenud meelepilt ja nähtuse tunnetamise moodus. Samas ei ole imago tegelikkuse koopia nagu foto, vaid tegelikkuse sotsiaalne konstruktsioon.

Seega on imago meie meeltes tekkiv kujutluspilt, mille kujunemisprotsessis on alati vähemalt kaks osapoolt: ühelt poolt organisatsioon, isik või piirkond, mis suhtekorralduse ja mainekujunduse abil ning kommunikatsioonisõnumite kaudu endast teatud imagot luua soovib ja teisalt sihtgrupid, kes vastuvõetud sõnumeid tõlgendavad ning kellel saatjast oma kujutlus tekib.

Turundusteoreetik Philip Kotler (2000) defineerib imagot järgnevalt: „Imago on uskumuste, ideede ja muljete võrk, mis isikul on objekti kohta“ (553). Imago on justkui erinevate kogemuste, hoiakute, teadmiste, tunnete ja arvamuste ämblikuvõrk, mis end imago objektiks oleva nähtuse ümber punub. Kui inimene teatud nähtusega kokku puutub, siis tekivad tal tänu nimetatud võrgustikule koheselt esmased assotsiatsioonid ja selle alusel suhtumine ning ka käitumine nähtuse suhtes.

Aune Past (2007) selgitab imago olemust kui nähtust puudutavate teadmiste, uskumuste, mõtete ja hoiakute kogusummat järgnevalt: „Imago on sihtgruppides organisatsioonist

kujunenud meelepilt, mille kujunemist mõjutavad organisatsiooni käitumine ja sümbolkommunikatsioon, sihtgrupi domineerivad skeemid ja vastuvõtukeskkond. Imago on teadmine, mille järgi sihtgrupid suhtuvad organisatsiooni ja mille põhjal nad eristavad organisatsiooni teistest. Imago on viis, kuidas meist mõeldakse“ (14-16). Sama ideed esitab imago mõistena ka imagoteoreetik Graham Dowling (2001): „Korporatiivne imago on uskumuste ja tundmuste kogum, mida soovitakse sidusgruppides esile kutsuda, kui nad organisatsiooni peale mõtlevad“ (49).

Eelnevaid mõtteavaldusi piirkonna kuvandile kohandades võib öelda, et koha imago on see, kuidas sihtgrupid piirkonda näevad ja tajuvad. See kujutluspilt tekib osaliselt piirkonna enda kommunikatsiooni ja saadetud sõnumite tagajärjel, kuid seda mõjutavad ka meediakajastus, inimeste otsesed kokkupuuted ehk esmane info ja sõpradelt-tuttavatelt kuuldu ehk teisene info. Imago on oluline, kuna see kujundab inimeste suhtumist antud piirkonda, nende eelarvamusi ja ootusi, antud kohaga tekkivaid seoseid ning ka nende käitumist. Antud juhul siis seda, kuidas nad toimivad suhtes selle piirkonnaga – kas nad külastavad seda hea meelega või pigem vastumeelselt, räägivad sellest edasi positiivseid või negatiivseid muljeid, kolivad sinna või hoopis sealt ära.

Imagoteoreetik Dennis Bromley (1993) väidab, et imago võib olla pea igal nähtusel või asjal: „Maine (avalik imago) ei teki mitte ainult inimeste, aga ka teiste nähtuste ja asjade kohta – kaasa arvatud organisatsioonide (korporatiivne imago) ja toodete (brändi imago) kohta. Reputatsioonid tekivad ka asjade ja nähtuste klasside kohta – Saksa lambakoerte, Rolls-Royce'i toodete, Inglise pubide jne kohta“ (2). Ta rõhutab, et imago ehk kollektiivselt jagatud uskumuste kogum teatud nähtuse kohta võib olla ka organisatsioonidel, toodetel, kohtadel, tegevustel ja sündmustel.

Graham Dowling (2001) rõhutab samuti imago tekkimise võimalust erinevate nähtuste kohta. Ta ütleb, et kui ostlejatel saab moodustuda imago mõne konkreetse poe kohta, saab neil kujuneda imago ka teist tüüpi organisatsioonidest nagu näiteks koolidest, haiglatest, reklaamiagentuuridest ja firmadest.

Seega võib imago olla absoluutselt igal nähtusel või nähtuste klassil. Oma personaalne kujutlus ning uskumuste ja tundmuste kogum võib isikutel olla tekkinud ka teatud piirkonnast, näiteks maailmajaost, riigist, maakonnast, linnast, külast jne.

Linna kuvandist räägib konkreetsemalt Dennis Bromley (1993). Ta märgib, et linna imago on sotsiaalne representatsioon, millest osasid aspekte jagame me ka teiste inimestega. See representatsioon sisaldab mitmeid sotsiaalseid tunnuseid ja on paljuski mõjutatud meie kultuurilisest kasvatuses. Need sotsiaalsed tunnused võivad viidata linna elanikele, nende elustiilile, linna poliitilistele ja majanduslikele tunnustele jms. Linna imago juhib meie hoiakuid ja reaktsioone (kas see meile meeldib, kas me soovime seal elada või töötada jne).

Aune Past (2007) rõhutab, et avalik imago ja maine ei saa kaua positiivsetena püsida, kui ettevõtte töötajad ei ole mainekujunduses oma firma saadikud. Seda väidet maakonna imagole kohandades võib väita, et oluline on esmalt kujundada piirkonna kohalike elanike seas soovitud imago, et see siis nende kaudu edasi leviks. See aitab vältida vastuolulist olukorda, kus näiteks mõni linn püüab kujundada ihaldusväärset imago turistide seas, kuid samal ajal levitavad tema enda elanikud piirkonna kohta negatiivseid jutte. Selleks, et oma inimeste seas piirkonna mainet parandada, tuleb aga esmalt teada, milline on see imago hetkel ja millised on valupunktid, mis võivad nende seas levinud imago negatiivsemaks muuta. Alles seejärel saab tegeleda maine parandamisega. Seega on tähtis aeg-ajalt uurida, milline on piirkonna kuvand kohalike elanike seas.

Bromley (1993) eristab esmast ja teisest avalikku imago. Esmane imago on see, mis tekib otsese ja vahetu kontakti kaudu. Teisene imago viitab neile arvamustele, mis ringlevad laiemas sotsiaalses võrgustikus ja mis ei põhine või ei ole tugevalt seotud otsese näost-näku kontaktiga. Imago tekib nii nendest järeldustest, mis põhinevad otsesel kontaktil kui ka järeldustest, mis põhinevad teiste inimeste järeldustel.

Esmajoones pärineb info, mille põhjal imago või maine kujuneb, inimestelt, kes on jälginud või olnud selle nähtusega otsekontaktis ja seetõttu omavad esmast teadmist. Nemad edastavad oma muljed selektiivselt teistele – inimestele, kes omavad samuti esmast teadmist ja inimestele, kes ei oma. Nemad on paljuski mõjutatud sellest infost, mida teised neile jagavad. Inimesed, kellel ei ole esmast teadmist, peavad oma ideedes ja arvamustes tuginema teiste inimeste muljetele (Bromley 1993).

Imagos kajastub see, mida nähtusest arvatakse, millised on sellega seotud kogemused, teadmised, hoiakud jne. See, kuidas me erinevaid nähtusi ette kujutame, milline on nende imago meie silmis, sõltub meil olemasolevast infost, väärtushinnangutest, otsestest ja kaudsetest kokkupuudetest jne. Kuna erinevatel inimestel on erinevad kogemused, teadmised, väärtused, hinnangud jne, siis ei saa imagot olla ainult üks. Erinevates sihtgruppides on nähtuse kohta tekkinud erinevad imagod.

Bromley (1993) väidab, et mingil nähtusel on täpselt nii palju erinevaid imagoid kui võrd on erinevaid persoone, kes temaga suhtlevad või temast huvituvad. Ta rõhutab, et erinevates gruppides tekkivad imagod lahknevad seetõttu, et tegurid, mis imago kujunemist mõjutavad, on erinevad.

Ka Dowling (2001) rõhutab ühe nähtuse kohta eksisteerivate imagote mitmekesisust erinevates gruppides. Ta ütleb, et imagod erinevate nähtuste (riikide, organisatsioonide, brändide jne) kohta eksisteerivad inimeste meeltes ning nad ei ole organisatsioonide kindlaksmääratud tunnused. Kuna aga erinevatel isikutel on erinevad kogemused, vajadused ja soovid, mis kombineerituna panevad meid asju nägema väheke teisiti kui teised inimesed meie ümber, siis ei oma organisatsioon kunagi ainult ühte ainsat imagot – tal on palju imagoid.

1.1.1 Imago, identiteet ja maine

Sageli kasutatakse imagost rääkides ka termineid „identiteet“ ja „maine“. Alljärgnevalt toon tabelina välja ja selgitan erinevate autorite vaateid imago, identiteedi ja maine erinevustele ja omavahelistele seostele.

Teoreetik	Imago (autor samastab eestipärase terminiga “kuvand”)	Identiteet	Maine
Dolphin (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Organisatsiooni tajumine teiste poolt • Sihtgrupiti erinev 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisatsiooni tegelik olemus • Erinevates gruppides samasugune 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Üks imago võtmeelementidest 	
Schultz, Hatch & Holten (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • „Kuidas me teisi tajume“ / „kuidas meie teiste poolt tajutud oleme“ 	<ul style="list-style-type: none"> • “Kes me oleme” • mõjutab imagot, on selle aluseks 	
Fombrun (1996)	<ul style="list-style-type: none"> • Identiteedi (ja maine) alus, selgroog 	<ul style="list-style-type: none"> • Väärtuste ja põhimõtete kogum, mida töötajad ja juhatajad organisatsiooniga seostavad • Maine alus 	<ul style="list-style-type: none"> • samastab mõistega “imago” • tähistab seda, kuidas teised inimesed nähtust tajuvad ja hõlmab nende kogemuste ajalugu sellega • tuleneb organisatsiooni identiteedist ja organisatsiooni püüdlustest endale soodsat imagot luua
Bromley (1993)	<ul style="list-style-type: none"> • samastab mainega, väites, et mõisted on peaaegu identsed • uskumuste ja tundmuste muster • neutraalne termin 		<ul style="list-style-type: none"> • samastab imagoga • kollektiivne uskumuste ja arvamuste süsteem sotsiaalse grupi liikmete seas, mis mõjutab nende tegusid inimeste ja asjade suhtes • hinnanguline termin • imago alus
Dowling (2001)	<ul style="list-style-type: none"> • samastab aeg-ajalt terminiga maine • maine alus 		<ul style="list-style-type: none"> • samastab aeg-ajalt terminiga imago
Markkanen (1998)	<ul style="list-style-type: none"> • tähenduselt vähem halvustav 		<ul style="list-style-type: none"> • midagi välja teenitut ja raskemini hallatav • visuaalselt vähem nähtav
Past (2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Mitmedimensiooniline 	<ul style="list-style-type: none"> • Imago ja maine alus 	<ul style="list-style-type: none"> • hinnanguline (hea-halb) • kognitiivne representatsioon organisatsiooni võimest vastata oma sihtgruppide ootustele
Priimägi (1998, 2007)	<ul style="list-style-type: none"> • saab olla lõputult mitmesugune, erineb sihtgrupiti • kujutluspilt 		<ul style="list-style-type: none"> • mainet saab olla ainult üks • hinnang

Richard Dolphin (2001) räägib identiteedist ja imagost neid rangelt eristades. Tema teooria kohaselt on imago sihtgruppide jaoks subjektiivne tõde ning nad suhtuvad organisatsiooni vastavalt oma ettekujutlusele, mitte vastavalt sellele, mis organisatsioon tegelikult on (ehk identiteedile). Ta väidab, et imago kujuneb identiteedi, kommunikatsiooni ja kogemuse koostoimel. Seega baseeruvad positiivne imago ja maine identiteedil, mida edastatakse kõrvalistele isikutele ehk mida on väljapoole kommuniqueeritud.

Schultz, Hatch & Holtern (2000) diferentseerivad identiteeti ja imago väites, et identiteet on see, mis organisatsioon tegelikult on, samas kui imago tähistab seda, kuidas nähtuseid tajutakse. Samuti peavad nad identiteeti imago aluseks: „Identiteet mõjutab nii seda, mida erinevatele välistele sidusgruppidele esitletakse kui ka seda, kuidas sidusgrupid seda organisatsiooni tõlgendavad ja tajuvad“ (22).

Fombrun (1996) käsitleb nii imago ja identiteedi kui imago ja maine vahelisi seoseid. Ta rõhutab, et identiteet ja imago käivad alati käsikäes ning identiteet on soodsa imago loomise võtmelemendiks ja selgrooks. Maine mõistet kasutab ta aga imago sünonüümina. Korporatiivne maine on Fombruni järgi tajude kogum, mida inimesed ettevõtte või organisatsiooni kohta omavad. Ta väidab, et organisatsiooni maine on osaliselt tema identiteedi peegeldus, aga osaliselt reflekteerib ka organisatsiooni pingutusi sihtgruppe enda headuses veenda.

Ka Bromley (1993) samastab maine ja imago mõisted, öeldes, et maine ja avaliku imago terminid on peaaegu identsed. Tema meelest on nende kahe mõiste ainsaks erinevuseks asjaolu, et maine on hinnanguline, kuid avalik imago küllaltki neutraalne termin. Bromley kirjutab, et kui sõna „maine“ rõhutab omandamist, siis termin „avalik imago“ viitab kollektiivsele representatsioonile. Ta leiab, et siiski kaldub mõlemal mõistel olema sama kasutustähendus, hoolimata ülalmainitud eristusest.

Bromley (1993) peab mainet imago aluseks. Ta räägib, et teatud maine osaks olevad muljed levivad sotsiaalse võrgustiku piires ja muutuvad tugevateks stereotüüpideks, mida selle võrgustiku liikmed jagavad. Selle tulemuseks saadakse omakorda imago, mis aitab määratleda nende hoiakuid, ootuseid, valikuid ja tegusid.

Oma raamatus „Reputation, Image and Impression Management“ kasutab Bromley (1993) vaheldumisi nii imago kui maine mõistet. Mainet defineerib ta Oxfordi Ülikooli inglise keele sõnastiku abil. Selle kohaselt on reputatsioon ehk maine midagi, mida isiku(te) või nähtuse(te) olemuse kohta räägitakse või mida nende kohta usutakse.

Bromley (1993) käib välja ka enda maine definitsiooni: „Maine on kollektiivne uskumuste ja arvamuste süsteem sotsiaalse grupi liikmete seas, mis mõjutab nende tegusid inimeste ja asjade suhtes“ (12). Termin imago aga tähistab tema nägemuse kohaselt uskumuste ja tundmuste mustrit.

Graham Dowling (2001) räägib oma raamatus „Creating Corporate Reputations. Identity, Image, and Performance.“ vaheldumisi nii imagost kui mainest, samuti aeg-ajalt terminite tähendust samastades. Siiski eristab ta neid mõisteid nende omavahelise seose alusel: „Teekond hea maineni käib läbi soovitud imago (uskumuste ja tundmuste kogum) kavandamise ja seejärel selle sidumise ühe või enama sihtgrupile olulise väärtusega. Kuigi ei saa muuta inimese väärtusi, saab muuta nende tajusid ja vahel emotsionaalset seost, mis inimesel organisatsiooniga on“ (22). Seega peab Dowling imagot maine aluseks.

Tuula-Riita Markkanen (1998) väidab, et maine on termin, mida sageli asendatakse sõnaga imago, seetõttu, et mõiste „imago“ on oma tähenduselt vähem halvustav. Maine on midagi välja teenitud ja raskemini hallatav. Ja kuigi maine on visuaalselt vähem nähtav, on ta nagu imagogi siiski tajutav.

Past (2007) eristab kõiki kolme mõistet. Ta defineerib mainet kognitiivse representatsioonina organisatsiooni võimest vastata oma sihtgruppide ootustele. Ta eristab mainet ja imagot selle alusel, et maine on hinnanguline (hea-halb), aga imago mitmedimensiooniline, sisaldades nii subjektiivset teadmist, hoiakuid kui ka hinnanguid. Past toob esile, et positiivne imago ja maine põhinevad organisatsiooni identiteedil. Organisatsioonikommunikatsioon on protsess, mis transleerib identiteedi imagoks. Organisatsioon mõjutabki temast kujunevat imagot peamiselt oma identiteedi kaudu.

Seega ei näita käesoleva bakalaureusetöö raames läbi viidud Eesti ja Ida-Virumaa imago uuring seda, milline Eesti või Ida-Virumaa elukeskkonnana tegelikult on, vaid millisena tajuvad seda noored idavirumaalased. See pilt on kujunenud selle põhjal, mida riik ja

maakond on otseselt kommunikeerinud, mida uuritavad on kuulnud mujalt ning mida nad ise on kogenud. Kujunenud imago üheks aluseks on siit tulenevalt ka piirkonna tegelik identiteet ehk tegelik olemus.

Linnar Priimägi (1998) tõmbab imago ja maine vahele piiri selle järgi, et nähtusel saab olla mitu erinevat imagot, sest iga sihtrühm näeb seda omamoodi. Ta võib olla lõputult mitmesugune. Maine saab aga olla ainult üks ja see on hinnanguline – kas hea või halb. Priimägi (2007) ütleb, et imago on kujutluspilt, maine aga hinnang.

Kuigi ilmneb, et imago ja maine on küll üsna sarnased mõisted, tähistades mõlemad seda, kuidas avalikkus teatud nähtust tunnetab, ei käsitleta neid siinses töös sünonüümidenä. Lähtutakse seisukohast, et imago võib olla lõputult mitmesugune ja erinevatel gruppidel võib see erineda, mainet aga on vaid üks ning see on hinnanguline.

1.2 Imago kujunemine

Tuula-Riita Markkanen (1998) tõdeb, et imagod põhinevad ettekujutusel ja seda kujundavad mitmed omavahel põimunud sisemised ja välised elemendid. Ka Nimmo ja Savage leiavad, et imago kujunemist mõjutavad erinevad tegurid, nagu näiteks saadud sõnum ja vajadused ning tõlkediskursused, mis antud ajahetkel antud ühiskonnas on inimesel aktualiseerunud. Imago on nende vastasmõjude tulemus (Past 2006).

Aune Past (2006) ütleb, et imago on sotsiaalne konstruktsioon, mis tekib kolme peamise teguri koosmõjus. Rolli mängib nii see, mida imago omaja ise enda kohta räägib ehk mis sõnumeid välja saadab; see, mida inimesed on imago valdajaga seoses isiklikult kogenud, kui ka see, mida kolmandad allikad tema kohta räägivad.

Firma imago on osaliselt tema tegude (kaasa arvatud avalike suhete) tagajärg ja osalt nende avalikkuse osade käitumise tagajärg, kes on firmaga seotud. Imago tekkimisel mängivad rolli nii järeldused, mis põhinevad otsesel kontaktil, kui ka järeldused, mis põhinevad teiste inimeste järeldustel. Tasakaal otseste ja kaudsete järelduste vahel (mis mõlemad võivad osutada valeks) varieerub inimeseti (Bromley, 1993).

Kui eelnevat piirkonna imagole kohandada, ilmneb, et imago kujunemise seisukohalt on oluline nii see, milliseid jõupingutusi Eesti riik või Ida-Viru maakond ise teevad ehk milliseid sõnumeid nad nii kõnes kui tegudes edastavad; see, mida riigi elanikud isiklikult oma igapäevaelus kogevad kui ka see, mida nad kuulevad meediast või muudest nende jaoks olulistest allikatest. Kõige selle põhjal kujuneb konkreetse isiku kujutluspilt Eesti riigist või Ida-Virumaast ehk siis Eesti ja Ida-Virumaa imago tema silmis.

Markkanen (1998) märgib, et imago loovad sidusgrupid ise. „Organisatsioon saab seda imagot mõjutada oma hiilgava sooritusega kõikides olulistes valdkondades, ja kogu oma tegevuse normipärasusega“ (194).

Boulding väidab oma kognitiivse dissonantsi käsitlemise raames, et imago on isiku meeltes eksisteeriv kujutluspilt maailmast, mis tekib vastuvõetud informatsiooni ja sõnumite töötlemise tulemusena. Inimene kas tõrjub edastatud informatsiooni, kui see ei lange kokku tema seniste hoiakutega, või võtab info vastu ja see mõjutab tema hoiakuid ja seeläbi ka saatja imagot vastuvõtja silmis (Past 2006).

Dowling (2001) räägib üksikasjalikumalt riigi imago kujunemisest. Ta nimetab konkreetseid tegureid, mis kujundavad riigi imagot just nende inimeste seas, kes seal ise pole kunagi käinud. Nendeks faktoriteks on turismireklaam; turistid ise; suhtlemine inimestega, kes on seda riiki külastanud; uudistest saadud info; poliitika; poliitikud ja kultuuritegelased; kultuurisaavutused; sportlased ja spordisündmused; tuntud brandid ja nende imagod; teadussaavutused ja eksporttooted (198).

Oma töös lähtun Aune Pasti imago definitsioonist, mis võtab kogu eelpoolräägitu kokku lihtsalt ja arusaadavalt. Selle kohaselt on imago vastastikune teadmiste väli, kus ühelt poolt kohtuvad organisatsiooni sõnumid, käitumine ja sümbolkommunikatsioon, ning teiselt poolt sihtgruppide hoiakud, suhtumine, väärtused ja teadmised. Imago on kujutluspilt, mis tekib nende kahe poole kokkupuutel.

1.3 Imago olulisus

Imagote mõju on vaieldamatu, mistõttu ei saa neist rääkides jätta käsitlemata nende tähtsust. Fombrun (1996) rõhutab, et organisatsioonide toimimine sõltub suurel määral sellest, kuidas nende kliendid neid ja nende teenuseid tajuvad. Ka Aune Past väidab (2005), et ükski organisatsioon ei saa olla edukas kui tal puudub avalikkuse toetus. Ehk siis positiivne imago avalikkuses.

See tähendab peaaesjalikult seda, et organisatsioon võib küll olla oma valdkonna „tipptegija“, kuid kui ta ei ole piisavalt panustanud kommunikatsiooni oma sihtgruppidega ehk siis avalikkusele oma professionaalsuse tõestamiseks kommunikatsioonisõnumite vahendusel, siis ei teki inimestel organisatsioonist soodne kujutlus ja tal on raskusi turul läbilöömisega. Avalikkuse toetuse kaotamine ohustab omakorda ka ressursside kaotamist (töötajaskond, aeg, finants), eriti kui on palju konkurente, kes samade ressursside pärast võitlevad (Bromley 1993). Soodne imago ja avalikkuse toetus vastupidi, aga aitavad saavutada edu ja täita pikaajalisi eesmärke, kuna organisatsiooni tegevust tõlgendatakse läbi positiivsete skeemide.

Kui eelnevat piirkonna kuvandi seisukohast vaadelda, siis on väga oluline konkreetse koha plusskülgi avalikult kommunikeerida. On vähe kasu sellest, et piirkond on näiteks vapustavalt heade käsitöömeistrite asupaik, kui seda väljaspool ei teata. Muidugi levib suur osa infost suusõnaliselt ning kohalike elanike vahendusel, kuid sellest üksi jääb väheks. Teave ei jõua paratamatult kõikide potentsiaalsete sihtgruppideni. Seega on tähtsal kohal mainekujundus, sealhulgas avalik kommunikatsioon ja üldsusele edastatavad sõnumid.

Bromley (1993) täheldab, et paljudes valdkondades, nagu näiteks valitsemises, äris, meelelahutuses, teaduses ja kunstis sõltub edu paljuski mainest ja avalikust imagost. Mõnedel juhtudel on see pigem maine või siis avalik imago mitte isik ise, mis tulemusi toodab. Seda seetõttu, et mainel on palju suurem mõjuulatus kui isiku tegudel.

Imagost sõltub sihtgruppide suhtumine nähtusesse. Avalikkus toetab või hülgab meid selle põhjal, milline on meie reputatsioon ja imago ehk siis võetakse teatud ähtuse suhtes kas eitav või jaatav positsioon vastavalt oma kujutluspildile sellest (Past 2006).

Juba esimeses peatükis imago olemust lahates ilmnes tõsiasi, et imagod aitavad kaasa hoiakute kujunemisele ning juhivad seeläbi inimeste käitumist. Bromley (1993) väidab, et maine (avaliku imago) peamiseks funktsiooniks on see, et meie ootused teiste inimeste suhtes, mis põhinevad kuuldul, mõjutavad nendega otsekontakti asudes meie käitumist.

Aune Past (2007) ütleb, et organisatsiooni sisemine imago on eriti oluline just seetõttu, et sellest sõltub töötajate lojaalsus organisatsioonile. Dowling (2001) rõhutab, et töötajate tajudel võib olla otsene mõju sellele, kuidas kõrvalised isikud organisatsiooni tajuvad. Piirkonna puhul on sisemine imago samuti äärmiselt tähtis. Esiteks mõjutab see elanike lojaalsust: positiivne sisemine imago tagab selle, et piirkonna inimressurss säiliks. Teiseks, mõjutab piirkonna imago kohalike elanike seas otseselt ka seda, kuidas näevad seda piirkonda inimesed väljastpoolt. Seda just info abil, mida nad teistele jagavad.

Eriti märgatav on imago mõju meile tundmatute nähtuste puhul. Dolphin (2001) väidab, et kui sihtgruppidel puudub selge imago organisatsioonist, ei oska nad temaga suhelda ega aima, mis kasu neil sellest organisatsioonist võiks olla.

Seega, kui meil ja meie tutvusringkonnal puuduvad vahetud kokkupuuted nähtusega või teadmised selle kohta, siis me oleme tagasihoidlikumad selle nähtusega otseselt kokku puutuma. Toote puhul seda ostma, organisatsiooni puhul tema teenuseid kasutama, maakonna või riigi puhul seda külastama. Meil puudub ettekujutus sellest, et see võiks meile kasulik olla.

Eriti mõjuvõimsad on soodsad imagod konkurentsitingimustes. Kui kaks nähtust (toodet, teenust, isikut, piirkonda, organisatsiooni) omavahel sama sihtgrupi tähelepanu pärast võistlevad, olles ise samal ajal kõikides oma tunnustes võrdsed, siis on just imago see, mille alusel inimesed nende nähtuse vahel valivad. Bachmann (2005) ütleb, et imago on üks peamisi vahendeid, mille alusel eristatakse marki või firmat teistest samasugustest. Seega annab positiivne imago suure konkurentsieelise: inimene valib võimalike variantide seast ikkagi selle, millest tal on kõige parem mulje kujunenud.

Positiivne imago on kasulik ka majanduslikus mõttes. Näiteks riigi soodne maine on oluline majanduse toetaja (Past 2005), kuna meelitab ligi investoreid, ettevõtjaid, uusi elanikke jne. Sama kehtib ka maakonna puhul. Maakonda, millega meil seostuvad meeldivad kogemused,

uskumused, tundmused, teadmised jne soovime me suurema tõenäosusega elama kolida, seda turistina külastada, sellesse piirkonda investeeritakse enam ning sinna luuakse ka rohkem ettevõtteid. See kõik toob maakonnale finantskasu maksude või turismitulu näol.

Hea imago on meile suureks abiks juhtudel, kui asjad ei lähe päris nii nagu meie oleksime seda soovinud ehk siis kriisiolukordades. Bromley (1993) võrdleb positiivset mainet sotsiaalse heakskiidu kestaga, mis oma omajat ümbritseb ja kaitseb.

Eelnevate seisukohtade põhjal võib väita, et imago on oluline selleks, et saada positiivset tagasisidet ehk et meisse suhtutaks hästi ning et meiega käitutaks hästi. See on kui edu garantii, „kaitsekilp“ ja konkurentsieelis. Seda piirkonna imago seisukohalt vaadates saab öelda, et kui inimesed tajuvad piirkonda positiivselt ja mõtlevad sellest hästi, käituvad nad nende tundmuste kohaselt ehk siis kolivad sinna kohta, külastavad seda hea meelega, suunavad sinna oma investeeringuid või jäävad sellele kohale kui oma elupaigale truuks. Samuti on just hea imago see, mis kõigi teiste tegurite võrdsuse korral võib anda väga suure konkurentsieelise.

1.4 Imago seos väärtuste ja kultuuriga

Kaasaegne kuvandi analüüs tugineb arusaamisele, et avalikkus jaguneb mitmeteks tõlgendavateks sootsiumiteks ehk subkultuurideks, kes kõik interpreteerivad tegelikkust lähtuvalt oma kogemustest ja väärtustest. Väärtuste põhjal kujunevad inimeste arvamused, tõlgendused, uskumused, hoiakud ja tundmused mingisuguse nähtuse suhtes. Inimeste väärtussüsteemi üheks suurimaks mõjutajaks aga on kultuuriline kontekst.

„Uue informatsiooni tõlgendamine, omaks võtmine või hülgamine ehk see, kas see saab osaks isikul olemasolevast uskumuste süsteemist, sõltub sellistest teguritest nagu sarnasus olemasoleva teadmiste ja hoiakutega, allika usaldusväärsus ja autoriteet, ning olukorrast ja kontekstist“ (Grueneberg, Kalmus 2003:669, kaudu).

Graham Dowling (2001) väidab, et imago on väärtusel põhinev konstruktsioon ning isikul eksisteerivat imagot mõne nähtuse kohta võib võrrelda tema eraldiseisvate väärtustega sellele

nähtusele sobiva käitumise kohta. Väärtuseid defineerib Dowling kui kestvaid uskumusi. Ta ütleb: „Väärtused on teatud laadi käitumine või eksisteerimise lõpp-seisund, mis on personaalselt või ühiskondlikult eelistatum kui teist laadi käitumine või lõpp-seisund“ (19).

Dowling (2001) selgitab, et kui teatud uskumused ja tundmused organisatsiooni kohta (ehk siis organisatsiooni imago) sobituvad isiku väärtustega sobiva korporatiivse käitumise osas, siis moodustub organisatsioonil selle isiku silmis hea maine: „Hea korporatiivne maine esindab tihedat seost organisatsiooni imago ja üksikisiku eraldiseisva väärtuste süsteemi vahel“ (21). Ta peab vajalikuks ära märkida, et väärtused sõltuvad paljuski kultuurist.

Seega on imago ja maine kujunemise üheks oluliseks aluseks inimese väärtussüsteem, mis omakorda on sõltuv ajaloolis-kultuurilisest kontekstist. Kontekst on see, mis annab võimalused tõlgendusteks. Kuna ühe ühiskonna subkultuurides esinevad väärtused on sotsiaal-kultuurilisest kontekstist tulenevalt vägagi erinevad, lahknevad paljuski ka subkultuurides teatud nähtusest kujunevad imagod.

Kogu eelneva teooria ja kognitiivse imagokäsitluse (Past 2007) põhjal võib öelda, et:

- 1) imago on persooni meeltes olev kujutluspilt;
- 2) imago on tegelikkust tähistav teadmuse struktuur;
- 3) imago sünnib kommunikatsiooni tulemusena;
- 4) teadmuse struktuuri õigsust kontrollitakse praktikates.

2. Empiirilised lähtekohad

2.1 Eesti sotsiaalkultuuriline kontekst imagote formeerumise mõjutajana

Veronika Kalmus (2003) toob esile, et Eesti on heaks näiteks ühiskonnast, kus sotsiaalsed praktikad on hiljuti muutunud ja kus varasemalt domineerinud grupp on oma privileeeritud positsiooni kaotanud: „Riigi iseseisvuse taastamise ajal Nõukogude Liidust 1991. aastal, jäi vene keelt kõnelev elanikkond ilma oma senisest multirahvuselise impeeriumi domineeriva keelerühma privileeeritud staatusest ja nad muutusid arvukaks etniliseks vähemuseks riigis, kes soovis taastada oma poliitilist positsiooni rahvusriigina. Etniliste eestlaste staatus muutus senisest allasurutud vähemusest põhigrupiks, ületades arvu poolest vähesel määral teisi keelelisi kogukondi Eestis“ (668). Statistikaameti 2007. aasta andmete kohaselt moodustavad 69 % Eesti elanikkonnast eesti ning 25 % vene rahvusest inimesed.

Ühiskonna erinevatel etnilistel gruppidel kalduvad olema erinevad tõlgendused ajaloost ja ajaloolisest ning sotsiaalsest õiglusest. Sellised tõlgendused täidavad sageli erinevate ideoloogiate aluskivimi rolli – nad on teatud grupi poolt jagatud sotsiaalsete representatsioonide põhjaks (Van Dijk, Kalmus 2003:667, kaudu). Iivi Masso (2007) rõhutab Eesti Päevalehes avaldatud artiklis, et rahvaste suhtumine oma minevikku määrab paljuski ära uute põlvkondade identiteedi ja ka nende suhtumise teistesse.

Raudsepp (2008) selgitab sotsiaalsete representatsioonide teooriat Moscovicile viidates: „See kirjeldab tavateadvuse struktuuri, koosnedes suhteliselt püsivatest ideede kompleksidest (sotsiaalsetest representatsioonidest), mida väljendatakse keele abil. Sotsiaalsed representatsioonid toimivad võimsate sotsiokultuuriliste regulaatoritena, suunates inimeste mõtlemist, tundeid ja tegevust ning luues aluse grupiidentsusele“ (156).

Kalmus (2003) väidab, et eriti olulist rolli grupisiseste suhete kujundamises mängivad ideoloogiad ja seega ka mineviku ja oleviku diskursiivsed (arutluse teel saadud) tõlgendused just Eesti taolistes ühiskondades, kus sotsiaalsed praktikad on hiljuti muutunud ja

ühiskondades, kus varasemalt domineerinud grupp on oma privilegeeritud positsiooni kaotanud.

„Ühes hiljaaegu avaldatud artiklis, mis käsitleb väärtuste muutumist Eestis, jõuavad autorid endiselt järeldusele, et ülekaalus on eestlaste ja venelaste sarnasused, väites küll samas, et „väärtusi mõjutab ikka veel Nõukogude võimu all elamise kogemus“ (Titma, Rämmer 2006: 304-305) (Brüggemann & Kasekamp 2008: 71).

Vene keelt kõnelevate integratsioon Eesti ühiskonda on kulgenud suhteliselt aeglaselt. Kalmus (2003) defineerib integratsiooni kui ühiste arusaamade ja tolerantsuse saavutamist põhirahvastiku ja immigrantide vahel. Ta lisab, et kõige olulisemaks integratsiooni-programmide sihtgrupiks on noored, eriti koolilapsed: „Noored omandavad oma etnilised uskumused ja hoiakud erinevatest allikatest ja sotsialiseerijatelt (näiteks pereliikmed, vanusekaaslased, meedia, kool, isiklikud rahvusrühmade vahelised kokkupuuted jne). Nende vahendite hulgas on haridussüsteem riigi poolt kõige kergemini kontrollitav.“ (668).

Mittetõhusa integratsiooni tagajärjel tekibki olukord, kus ühes ühiskonnas eksisteerivad kõrvuti kaks erinevat kultuuri ja seetõttu ka väärtuste süsteemi. Alates 1990-ndate aastate keskelt läbiviidud sotsioloogilised uuringud viitavad mudeli "kaks ühiskonda ühes riigis" olemasolule Eestis, mis võib saada ohtlikuks nii sotsiaalselt kui julgeolekupoliitiliselt. Eriti murettekitav on asjaolu, et just paljud mitte-eesti noored ei leia piisavalt rakendusvõimalusi. Samas loob kasvav tööpuudus soodsa pinnase kuritegevuse levikule ühiskonnas (Riiklik programm „Integratsioon Eesti ühiskonnas 2000-2007“).

Mart Rannut (2007) toob säärase tendentsi ilmekaks näiteks keskmise vene kooli lõpetaja, kes ei ole siiani Eesti ühiskonnas konkurentsivõimeline: „Lõpetajate paremikul on Eesti kõrgkoolides õppimisega suuri raskusi, vähem haritud osa aga leiab rakendust madalamalt tasustatud ametikohtadel Eestis, välismaal kalkunikitkujate või postitantsijate või hoopis vangimajas (kolm korda sagedamini kui eestlane!) (289)“.

Rahvuste erinevat riigitunnetust põhjustab lisaks keele- ja kultuurierinevustele ka erisugune meediakasutus ja info saamine erinevates allikatest. Peeter Vihalemm, Maarja Lõhmus ja Valeria Jakobson (2004) osutavad, et eestlaste ja mitte-eestlaste meediaruumis on väga suured erinevused, see omakorda toob kaasa nende kahe grupi sotsiaalse ja kultuurilise keskkonna

suure lahknevuse. Autorite läbi viidud küsitluse tulemused näitavad, et mitte-eestlaseid iseloomustab väiksem huvi ajalehtede ja ajakirjade vastu ning nad tarbivad üsna palju venekeelset meediat (133-134).

Kõike eelnevat arvesse võttes on üsna tõenäoline, et Ida-Virumaa eesti ja vene noortel võib olla erinev kujutlus oma kodumaast.

2.2 Ülevaade Ida-Virumaast ja maavalitsuse mainekujunduslikest eesmärkidest

Ida-Virumaa on rahvaarvu suuruselt teine maakond Eestis. 2005 a. alguse seisuga elab maakonnas 178 900 inimest, kellest 89 % paikneb linnades (Ida-Virumaa arengustrateegia 2005-2013). Maakonnas on suur vene keelt kõnelev kogukond (Statistikaameti 2007. aasta andmete järgi moodustavad 71 % elanikkonnast vene ning vaid 20 % eesti rahvusest inimesed) ning küllalt kõrge noorte, peatselt tööturule sisenejate, osakaal. (Ida-Virumaa arengustrateegia 2005-2013). Seega erineb Ida-Virumaa rahvastiku koosseis ülejäänud Eestist – võib öelda, et eestlaste ja venelaste vahekord on täiesti vastupidine ning maakonnas elab rohkem noori kui mujal.

Ida-Virumaa on väga vastuoluline maakond: piirkonna pikad tööstustraditsioonid on loonud ja kinnistanud eestlastele eksliku mulje, et tegemist on saastunud ja räsitud looduskeskkonnaga piirkonnaga. Tegelikult aga omab maakond oma kauni looduse tõttu suure turismipiirkonna potentsiaali (Ida-Virumaa arengustrateegia 2005-2013).

Seni on turism Ida-Virumaal nõrgalt arenenud, väliturism piirkonnas peaaegu puudub. Ettevõtlusaktiivsus on maakonnas siiani küllalt madal, inimestel puudub ikka veel huvi oma ettevõtte loomiseks (Ida-Virumaa arengustrateegia 2005-2013).

„Viimase ca 15 aasta muudatused poliitilises- ja majanduselus on Ida-Virumaale mõjunud rängemalt kui paljudele teistele Eesti piirkondadele: suurte tööstusettevõtete kadumise ja ümberstruktureerimise tulemusel tekkinud tööhõiveprobleemid koos Eesti suurima muukeelse

elanikkonna osakaaluga löid olukorra, kus tingimused piirkonna arenguks olid keerulisemad kui mujal Eestis. Teisest küljest loob tööstustraditsioon suurepärased eeldused kiireks arenguks: maakonnas on olemas olulises mahus vabasid tootmis-ja infrastruktuuriressursse ning hetkel ka veel vaba tööjõudu“ (Ida-Virumaa arengustrateegia 2005-2013)..

Ida-Virumaa 2005-2013 aasta arengustrateegias on maakonna visioonina mainitud, et 2014. aastaks on Ida-Virumaa positiivse mainega, ühtlaselt arenenud ja kultuuriliselt mitmekesine ning taandunud keskkonnaprobleemidega soodsa elukeskkonnaga piirkond. Samuti rõhutatakse arengustrateegias stereotüüpsete hoiakute kummutamist Ida-Virumaa kohta. Seega seatakse üheks oluliseks sihiks Ida-Virumaa maine parandamine.

Arengustrateegia raames läbi viidud SWOT-analüüsi tulemuste põhjal defineeriti maakonna arengu võtmeküsimused, mille seas olid ka näiteks kasvava põlvkonna maakonda jäämine; atraktiivsuse suurendamine investori jaoks; atraktiivsemaks muutumine ja maakonna kaubamärkide leidmine ning turistide ja elanike heaolu tagamine (Ida-Virumaa arengustrateegia 2005-2013). Kõik nimetatud eesmärgid nõuavad maakonna maine parandamist nii sisemiste (kohaliku elanikkonna) kui ka väliste sihtgruppide silmis.

Nimetatud eesmärkide saavutamiseks on Ida-Viru maavalitsus töösse rakendanud mitmed töögrupid, nende seas ka mainekujundusega tegeleva tööühiku, kelle ülesanneteks on avalike suhete tegevuse aktiveerimine ja maakonna (ühise) turundustegevuse käivitamine. Selle tegevuse sihiks on piirkonna atraktiivseks muutmise nii kohalike elanike kui ka investorite jaoks ning maakonna tuntuse suurendamine turismi piirkonnana.

3. Uurimisküsimused ja metoodika

3.1 Uurimisküsimused

Ida-Virumaa kohta on Eestis levinud üsna mitmed stereotüüpsed eelarvamused ja hoiakud. Piirkonda peetakse narkomaanide ja venelaste „asupaigaks“, kus lokkab kuritegevus ja HI-viirus. Väga vähe on Ida-Virumaast räägitud kui kauni loodusega ja paljude vaatamisväärsustega kenast Peipsi-äärsest turismipiirkonnast. Kõik see viitab sellele, et piirkonna maine vajab veel parandamist. Kuid enne kui hakata positiivset imagot looma n-ö kõrvaltvaatajate seas, tuleks kindlaks teha, kas oma elanikud näevad maakonda positiivsetes toonides. Seega tuleks alustada idavirumaalaste nägemuse uurimisest.

Töö teiseks sihiks on välja selgitada, kuidas tajuvad idavirumaalased oma koduriiki Eestit, mis on rahvastiku koosseisu koha pealt Ida-Virumaa vastandkeskkonnaks. Ida-Virumaa koolide abiturientid on Eesti imago uurimiseks üsna ainulaadne ja huvitav valim, kuna nad pärinevad hoopis teistsugusest taustsüsteemist kui nende teistes maakondades elavad eakaaslased.

Autor eeldab, et Eesti ja Ida-Virumaa kuvand on viimase aasta jooksul muutunud, ning seda on lisaks muudele teguritele mõjutanud ka 2007. aasta aprillisündmused. Huvitav oleks teada saada, kas, millisel määral ja kuidas on need vahesündmused idavirumaalaste arvamust Eestist ja Ida-Virumaast ümber formeerinud.

Siit tulenevalt on käesoleva bakalaureusetöö peamisteks uurimisküsimusteks:

Milline on Eesti kuvand Ida-Virumaa noorte seas?

Milline on ja kuidas erineb Eesti imago eesti- ja vene õppekeelega koolide õpilaste seas?

Kas ja kuidas on Eesti kuvand maakonna noorte seas viimase aasta jooksul muutunud?

Milline on Ida-Virumaa kuvand maakonna noorte seas?

Milline on ja kuidas erineb Ida-Virumaa imago eesti- ja vene õppekeelega koolide õpilaste seas?

Kas ja kuidas on Ida-Virumaa kuvand maakonna noorte seas viimase aasta jooksul muutunud?

Kuidas on omavahel seotud ja kuidas erinevad Ida-Virumaa ja Eesti kuvand uuritavate noorte seas?

Millised on peamised imago formeerumist mõjutavad aspektid piirkonna kuvandi puhul?

3.2 Uurimismeetodid

Käesolevas bakalaureusetöös on imago mõõtmiseks põhimeetodina kasutatud Charles E. Osgoodi poolt välja töötatud ja Aune Pasti poolt Eesti oludele kohandanud semantilise diferentsiaali (SD) meetodit.

„Semantiline diferentsiaal mõõdab märgi pragmaatilist tähendust, mida võib võrdsustada inimese sisereaktsiooniga märgile. Need sisereaktsioonid muutuvad ja varieeruvad erinevate inimeste puhul kindlaksmääratud, kõigile mõistetele ühese psühholoogilise järjepidevusega. Järjepidevusest kasvab mingi tunnus, millega seostuvad kõige erinevamad mõisted. Mõiste tähenduse hindamine toimubki vastandlike omadussõnade vahelisel skaalal, mis on jagatud võrdseteks intervallideks. Keskpunkt väljendab indifferentsust. Mida tugevamini mõiste skaala otspunktil asuva omadussõnaga seostub, seda kaugemale indifferentsuse punktist küsitletav mõiste asetab“ (Osgood Suci and Tannebaum, Kirikmäe 2006:21, kaudu).

Semantilise diferentsiaali skaala kasutamise peamiseks põhjuseks on asjaolu, et ühtegi teist imago mõõtmise meetodit pole Eesti oludele veel kohandatud ning seetõttu poleks garanteeritud nende toimimine siinsetes oludes. SD seevastu on läbi proovitud ja tema toimimine kinnitust leidnud. Semantilise diferentsiaali eeliseks imago mõõtmisel on ka tulemuste võrreldavus, mõõtmise kerge verifitseeritavus ning uuringu protseduuri standardiseeritus.

Käesoleva bakalaureusetöö raames läbi viidud uuringus on kasutatud 16 polaarse skaalat, mis jagunevad 7 võrdseks intervalliks. Neutraalne punkt on 4. Näiteks skaala *oma-võõras* väärtus 1 tähendab, et *oma* kirjeldab vastaja jaoks antud objekti väga hästi. Väärtus 4 näitab, et hindamisobjekti ei iseloomusta ei *oma* ega *võõras*, ja väärtus 7 tähendab, et objekti kirjeldab omadussõna *võõras* väga hästi (Past & Vihalemm 2004).

Nende skaalade abil paluti respondentidel iseloomustada oma tundeid nii Ida-Virumaa kui ka Eesti suhtes.

Kuna imago uurimise puhul on tegemist sooviga välja selgitada arvamusi ja hoiakuid teatud nähtuse suhtes, siis pidasin sobivaks uurimismeetodiks ka ankeetküsitlust. Kasutan lisaks semantilisele diferentsiaali skaalale ka 18 küsimusest koosnevat ning nii kinniseid kui ka lahtiseid küsimusi sisaldavat standardiseeritud küsimustikku, mis aitab SD tulemusi täpsustada ja selgitada. Küsimused võimaldavad saada ülevaadet sellest, mis vastajatele Ida-Virumaa ja Eestiga seostub, mis neile meeldib, mis ei meeldi, kas nad on eluga rahul, kas nad kavatsevad sinna ka edasi jääda, kas nad soovitaksid seda elukohaks ka oma sõbrale ning kuidas on nende arvamus viimase aasta jooksul muutunud. Lühiküsimustiku standardiseeritud küsimuste analüüsimiseks rakendasin peamiselt sagedusjaotust.

Ankeedi avatud küsimuste vastuseid analüüsin kontentanalüüsi meetodiga, sarnaselt struktureeritud intervjuu analüüsimisele. Tekstide sisuanalüüs ehk kontentanalüüs on uurimistehnika kommunikatsiooni eksplitsiitse sisu objektiivseks, süstemaatiliseks ja kvantitatiivseks kirjeldamiseks (Berelson 1954:489, Timaki 1969:27, kaudu).

Kontentanalüüsi eesmärgiks on välja selgitada, millised aspektid piirkonna kuvandi formeerumist mõjutavad ning täpsustada semantilise diferentsiaali meetodi tulemusi Eesti ja Ida-Virumaa kuvandi kohta noorte idavirumaaelaste seas. Kontentanalüüs aitab saada põhjalikuma ülevaate sellest, kuidas noored idavirumaaelased oma kodumaad ja -maakonda näevad.

Kontentanalüüsi raames koostasid kodeerimisjuhendid (eraldi juhendid Ida-Virumaa ja Eesti temaatika analüüsimiseks) (vt lisa 5 ja 6). Ida-Virumaa kohta küsitud avatud küsimuste vastuste analüüsimiseks lõin seitse alakoodidega kategooriat: 1) maakonna väline ilme, 2) elanikud, 3) maakond elukeskkonnana, 4) probleemid, 5) saavutused ja võimalused, 6) geograafilised atribuudid ja 7) hinnang maakonnale.

Eesti kohta küsitud lahtiste küsimuste vastuste analüüsiks moodustasin Ida-Virumaaga üldjoontes sarnased, kuid väikeste variatsioonidega üheksa alakoodidega kategooriat: 1) riigi väline ilme, 2) elanikud, 3) suhted, 4) Eesti elukeskkonnana, 5) probleemid, 6) saavutused, 7) poliitiline tegevus, 8) üldised tunnused ja 9) hinnang riigile.

Eesti ja vene õppekeelega koolide abiturientidele jagatud küsimustikud olid identsed ning vastavalt respondendi õppekeelele eesti või vene keeles (Vt. Lisa 1 ja 2). Andmeid töödeldi andmetöötlusprogrammiga SPSS.

3.3 Valim

Antud bakalaureusetöö raames läbi viidud uuringu valim moodustus juhuvaliku põhimõttel viie Ida-Virumaa gümnaasiumi lõpuklassi õpilastest. Oluline põhimõte, mida valimi moodustamisel järgisin, oli see, et lõplikus valimis oleksid esindatud nii vene kui ka eesti õppekeelega koolide ning nii linna kui ka maapiirkondade koolide õpilased.

Kõikidest Ida-Virumaa eesti ja vene õppekeelega gümnaasiumitest koostatud nimekirjast osutusid juhuslikult valituteks Aseri Keskkool (vene õppekeelega klass, maakool), Iisaku Gümnaasium (eesti õppekeel, maakool), Jõhvi Gümnaasium (eesti õppekeel, linnakool), Jõhvi Vene Gümnaasium (vene õppekeel, linnakool) ja Kohtla-Järve Gümnaasium (eesti õppekeel, linnakool). Seega moodustus valim kahest vene õppekeelega koolist ja kolmest eesti õppekeelega koolist ning kahest maakoolist ja kolmest linnakoolist (vt lisa 4, tabel 1a ja 1b). Küsitlesin lõpuklasse.

Kuna aga minu koostatud küsimustikus oli ka küsimus vastaja emakeele kohta, siis jagasin vastajad mitte kooli, vaid emakeele alusel eesti ja vene emakeelega vastajateks. Põhjuseks see, et näiteks Kohtla-Järve Gümnaasiumis ja Jõhvi Gümnaasiumis (eesti õppekeel) õppisid ka mitmed õpilased, kes oma emakeeleks olid ankeedis märkinud vene keele. Sellisel viisil vastajaid kaheks jagades sai valim ka ilusti peaaegu võrdselt pooleks eesti ja vene keelega vastajate vahel – 39 eesti emakeelega küsitletut (51 %) ja 38 vene emakeelega respondenti (49 %) (vt lisa 4, tabel 1c).

Naissoost vastajaid (47) sattus valimisse rohkem kui meessoost (30) respondente. Seega jagunes valim sugude vahel selliselt, et naisi oli 61 % ja mehi 39 % (vt lisa 4, tabel 1d).

Kokku täitsid küsimustiku 77 õpilast, kelle hulgas 39 eesti keelt emakeelena kõnelevat ning 38 vene keelt oma emakeeleks pidavat vastajat. 18 vastajat olid pärit maakoolidest, 59 linnakoolidest.

Ankeedid saatsin koolidele *e-maili* teel, käisin neil vaid isiklikult järel. Seega ei viibinud ma küsitluste täitmise hetkel kohapeal ega saanud protsessi ja selle korrektsust kõrvalt jälgida. Täidetud küsimustikega tutvudes selgus, et üsna mitmed vastajad olid küsimustikud täitnud osaliselt. Kuna SD skaala ja suletud küsimused oli kõikidel juhtudel täidetud, ei jätnud ma ühtegi ankeeti kasutamata.

Lisaks tekkis mitme küsimustiku puhul probleem vastaja emakeele määratlemisega. Näiteks täitis üks eesti õppekeele kooli abiturient küsimustiku vene keeles, kuid märkis oma emakeeleks eesti keele. Kuna selle ankeedi vastused kattusid pigem vene emakeelega küsitletute vastuste „mustriga“, lugesin selle respondendi siiski vene emakeelega vastajaks. Samuti leidsin paar vastajat eesti koolist, kes täitsid küsimustiku eesti keeles, kuid märkisid oma emakeeleks vene keele. Ka need küsitletud arvasin vene emakeelega vastajate hulka. Mitmed vene kooli õpilased aga märkisid oma emakeeleks eesti keele, olles küsimustiku täitnud siiski vene keeles. Nemadki määratlesin vene noorte koosseisu.

Siit tulenevalt ilmnes, et ankeeti märgitud emakeel või keel, milles ankeet täideti (keeleline ja kultuuriline identiteet) oli olulisem kui kooli õppekeel. Kuigi esines ka teatud üksikud erandeid vene noorte hulgas, kelle vastused ei langenud üldiste vene emakeelega küsitletute vastuste mallidega kokku, olid selgelt märgata eesti ja vene noorte vastuste „mustrid“, mis kattusid vastavalt respondentide emakeelele ja olenemata nende kooli õppekeelest. Selle põhjal võib teha esialgse oletuse, et Ida-Virumaal ei toimi eesti koolid vene noorte sotsialiseerijatena ega suuda neid kuigi efektiivselt Eesti ühiskonda integreerida.

4. Tulemuste esitus

5.1. Formaliseeritud küsimustik

5.1.1. Ida-Virumaa

Uurisin küsitletutelt nende rahulolu Ida-Virumaa eluga; nende arvamust, kuidas on elu maakonnas muutunud ja kas nad aastate jooksul toimunud muutuste alusel tunnevad Ida-Virumaa üle uhkust või mitte.

Võib öelda, et eluga Ida-Virumaal ollakse pigem rahul kui mitte rahul. $\frac{2}{3}$ küsitletutest oli eluga kas kindlasti rahul või üldiselt rahul. $\frac{1}{3}$ kogu valimist oli Ida-Virumaa eluga kas pigem mitte rahul või kindlasti mitte rahul. Äärmuslikke arvamusi ei esinenud kuigi palju: vaid väike osa vastajatest oli eluga Ida-Virumaal kindlasti rahul või mitte üldse rahul. Kõige rohkem vastati, et eluga Ida-Virumaal ollakse üldiselt rahul küll (vt lisa 4, tabel 2).

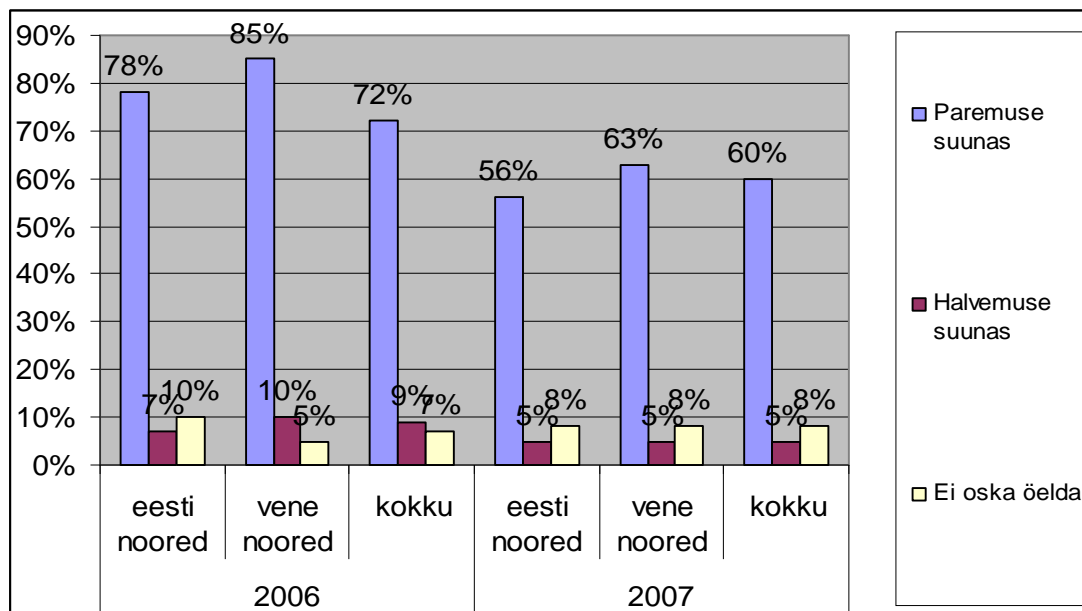
Suuri erinevusi eesti ja vene emakeelega abiturientide seas selle küsimuse juures ei esinenud. Vene keelt kõnelejate seas oli küll natukene rohkem neid, kes ei olnud rahul ja vähem neid, kes olid maakonna eluga rahul kui eesti keelt kõnelejate seas (vt lisa 4, tabel 2).

Üle poole kõigist vastajatest arvab, et elu Ida-Virumaal on muutunud paremuse suunas, samas kui elu muutumist halvemaks leiab vaid 5 % küsitletutest. Veidi üle veerandi respondentidest vastas, et elu on jäänud samaks. Ka selle küsimuse puhul ei ilmnunud suurt erinevust eesti ja vene noorte vastustes. Siiski vastasid vene keelt kõnelejad veidi rohkem kui eestlased, et Ida-Virumaa areneb paremuse suunas ja eesti keelt kõnelejad olid natuke enam kui vene keelt kõnelejad arvamusel, et elu on jäänud samaks (vt lisa 4, tabel 3).

Kui võrrelda elu muutumise hinnangut sel ja eelmisel aastal, siis võib öelda, et hinnang on jäänud üldiselt samaks. Marika Kirikmäe lõputööst selgub, et ka 2006. aastal hinnati viimase 15 aasta jooksul toimunud muutusi Ida-Virumaal valdavalt positiivseks: rõõmustava või pigem rõõmustava variandi kasuks otsustas kõigist vastanuist pea kolmveerand. Siiski hindas muutusi 2007. aastal positiivseks veidi vähem vastajaid – 60 %. Erinevusi võib siinkohal tekitada asjaolu, et M. Kirikmäe lõputöös ei antud vastusevariandiks seda, et muutusi pole

toimunud, mille kasuks 2007. aastal otsustas samuti üsna suur hulk vastajatest (27 %) (vt tabel 1 ja lisa 4, tabel 4).

Tabel 1. Hinnang elu muutumisele Ida-Virumaal 2006. ja 2007. aastal



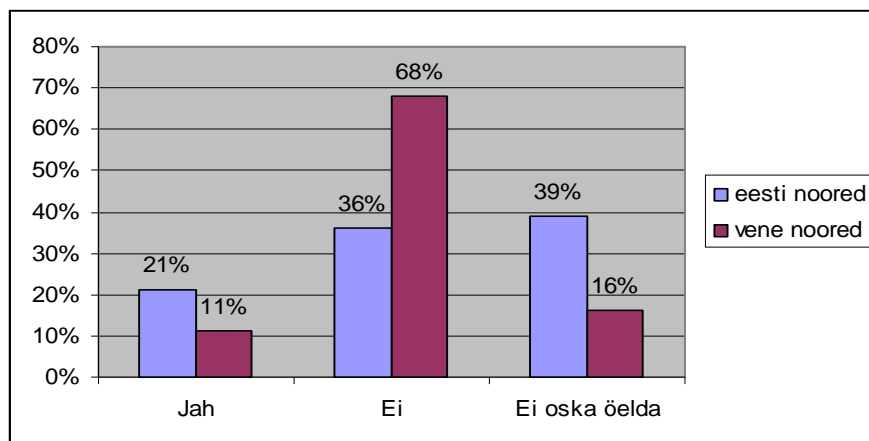
Üldiselt võib öelda, et viimase 10 aasta vältel toimunud muutuste põhjal ollakse Ida-Virumaa üle uhked. $\frac{2}{3}$ küsitletutest vastas, et nad tunnevad Ida-Virumaa üle kindlasti või üldiselt uhkust. Uhkust ei tunne $\frac{1}{3}$ vastanutest. Ka siinkohal ei ilmnenud raputavalt suuri erinevusi erineva emakeelega vastajate puhul. Siiski võib märgata, et eesti noored tunnevad oma kodumaakonna üle veidi enam uhkust kui nende vene emakeelega eakaaslased. Venelaste seas oli seevastu kaks korda rohkem neid, kes vastasid, et ei tunne Ida-Virumaa üle üldse uhkust (vt lisa 4, tabel 5).

Palusin vastajatel lisaks ka oma sõnadega vastata, mida nad pärast õpinguid teha plaanivad, kas, miks ja kuidas on nende arvamus Ida-Virumaast viimase aasta jooksul muutunud ning kas nad soovitaksid seda piirkonda elukohaks oma sõbrale ja miks.

Küsimusele „Kas jääte peale kesk- või kõrghariduse omandamist Ida-Virumaale elama? Miks?“, vastas vaid 16 % kõigist respondentidest, et nad kavatsevad Ida-Virumaale jääda ning 52 %, et nad ei kavatse. Seega soovib üle poole vastanutest Ida-Virumaalt lahkuda. Veidi üle veerandi küsitletutest ei olnud veel otsustanud (vt lisa 4, tabel 6).

Siinkohal ilmnes ka huvitav erinevus eesti ja vene keelt kõnelevate õpilaste seas. Nimelt kavatses pea poole vähem venelasi Ida-Virumaale jääda kui eestlasi. Eestlaste seas oli aga üle poole enam neid, kes polnud veel otsustanud (vt tabel 2).

Tabel 2. Ida-Virumaa eesti ja vene noorte Ida-Virumaale jäämine



Põhjustena, miks ei soovita Ida-Virumaale jääda, toodi sagedamini vähesed (arengu)võimalused, perspektiivi ja tuleviku puudumine (11); tööpuudus (9); soov mujale minna (välismaale või Eesti siseselt) (8) või (soovitud) hariduse omandamise võimaluse puudumine (4). Kusjuures eestlased nimetasid põhjustena enim töökohtade vähesust (7), venelased aga perspektiivi ja arenguvõimaluste puudumist (6).

Näiteks:

Vene noor: „*Ei, ei ole perspektiivi. Arvan, et ei saa ennast siin realiseerida.*“

Eesti noor: „*Arvan, et mitte, sest maakond pole eriti arenenud ning töökohta on võimatu leida, sest kõik hoiavad kümne küünega oma töökohast kinni. Eelkõige võetakse tööle sugulast või tuttavat kui võõrast.*“

Ida-Virumaale jäämise ajenditena toodi kõige enam see, et tegemist on nende kodumaakonnaga, kodu on siin (3), rahulikum ja vaiksem elu (2) ja et koht on südamelähedane või armastatakse oma linna (2).

Näiteks:

Eesti noor: „Jään küll. See on minu maakond, ma ei arva, et kuskil võib minu jaoks paremat kohta leida.“

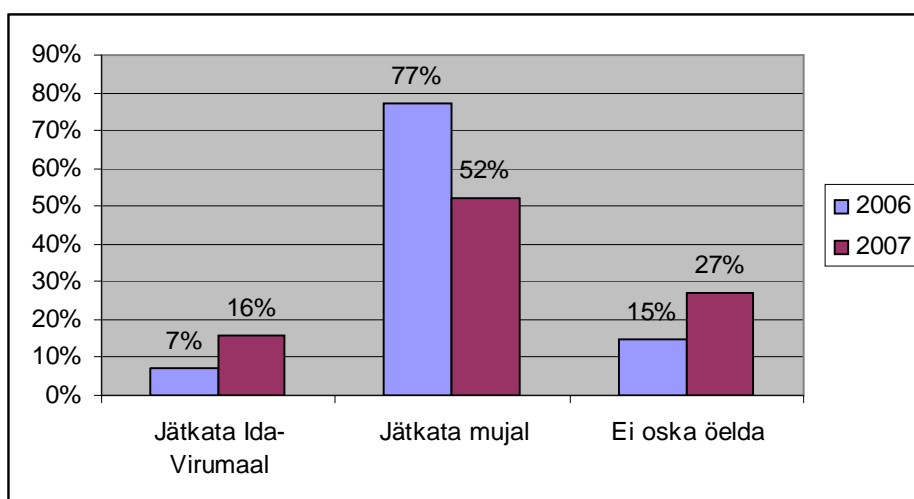
Eesti noor: „Loodan küll, meeldivalt vaikne ja ilus.“

Vene noor: „Jah, armastan oma linna.“

Vene noor : „Jään, kuna olen harjunud selle eluga.“

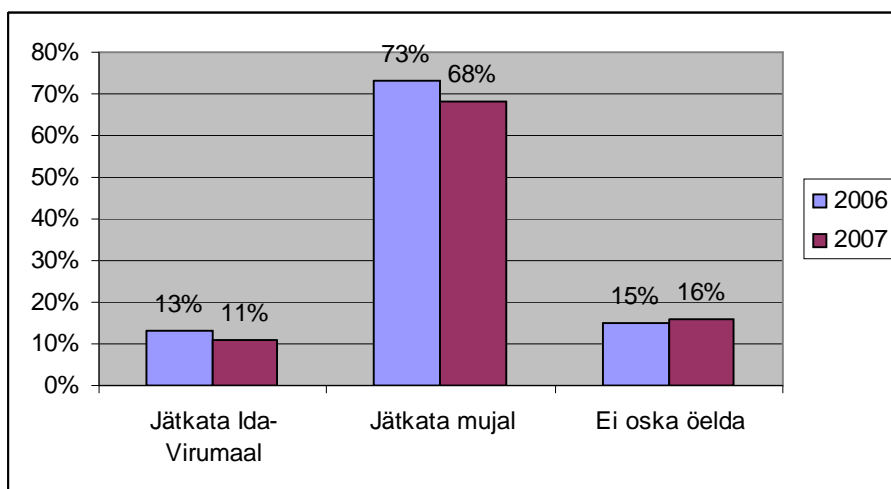
Kui võrrelda saadud tulemusi 2006. aastal Maarika Kirikmäe bakalaureuse töö raames läbi viidud küsitluse tulemustega, siis selgus, et 2006. aastal soovis Ida-Virumaalt lahkuda rohkem noori (enam kui kolmveerand) kui 2007. aastal (enam kui pooled). Ida-Virumaale soovis jääda 2006. aastal veidi enam kui poole vähem õpilasi kui 2007. aastal (vt tabel 3 ja lisa 4, tabel 7).

Tabel 3. Ida-Virumaa noorte Ida-Virumaale jäämine 2006. ja 2007. aastal

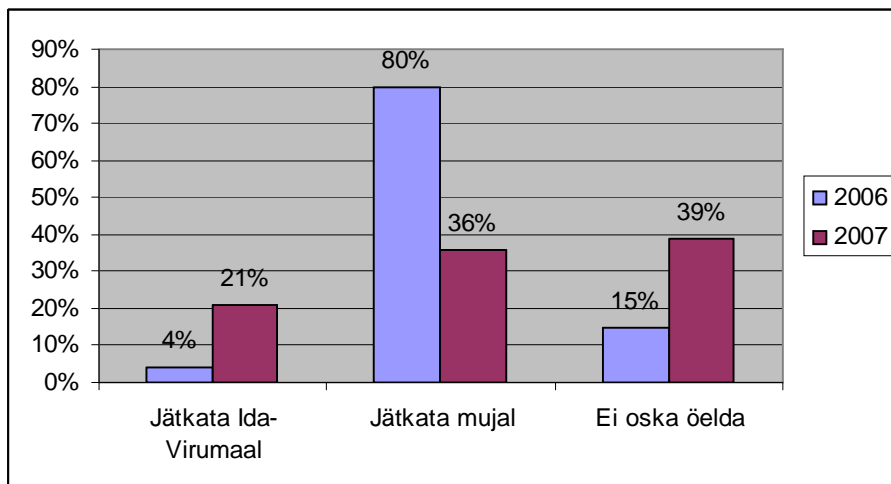


Kui 2006. aastal soovis Ida-Virumaale jääda rohkem venelasi kui eestlasi, siis 2007. aasta tulemused näitavad vastupidist. Samuti soovisid 2006. aastal Ida-Virumaalt lahkuda veidi rohkem eestlased kui venelased, samas kui 2007. aastal oli lahkuda soovijate hulgas pea poole rohkem vene noori kui eesti noori (vt tabel 3a, 3b ja lisa 4, tabel 7).

Tabel 3a. Ida-Virumaa vene noorte jäämine Ida-Virumaale 2006. ja 2007. aastal



Tabel 3b. Ida-Virumaa eesti noorte jäämine Ida-Virumaale 2006. ja 2007. aastal.



Küsites vastajatelt, kas nende arvamus Ida-Virumaast on viimase aasta jooksul muutunud ja kuidas, siis tõdes üle poole respondentidest, et nende arvamus ei ole muutunud, 38 % vastas, et nende arvamus on muutunud (vt lisa 4, tabel 8).

Kui vene emakeelega vastajate seas oli pea võrdselt nii neid, kelle arvamus oli muutunud (45 %) kui neid, kelle arvamus oli jäänud samaks (42 %), siis eestlaste seas oli üle poole rohkem neid, kelle arvamus ei olnud muutunud (70 %) (vt lisa 4, tabel 8).

Arvamuse muutumise põhjustena nimetati sagedamini maakonna arenemist (13) ja olukorra paranemist Ida-Virumaal, sealhulgas uute ilusate ehitiste ja kaubanduskeskuste juurde

ehitamist, elatustaseme paranemist, puhtamaks muutumist ja võimaluste avardumist, haljastuse arengut (8), samuti toodi põhjuseks pronksiööd ja rahvuste vahelised vastuolud (3). Kusjuures vene keelt kõnelejad vastasid enam, et põhjuseks on maakonna areng (8) ja eesti keelt kõnelejad, et olukorra paranemine (5).

Näiteks:

Eesti noor: „*On. Areng on muutnud arvamust paremaks. Kauplusi on juures, võimalused on avardunud.*“

Vene noor: „*Jah, linnadesse ehitatakse palju ilusaid ehitisi.*“

Eesti noor: „*Pärast aprillirahutusi muutus, sest ka Jõhvis vandaalitseti, mis oli väga kole ja hirmutav.*“

Arvamuse samaks jäämise kõige sagedasemaks põhjuseks oli see, et Ida-Virumaal on kõik samaks jäänud ja olukord ei muutu (15). Siinkohal oli nii vastajate hulgas 14 eestlast ja 2 venelast. Venelaste seas oli rohkem neid, kes oma vastust ei põhjendanud.

Näiteks:

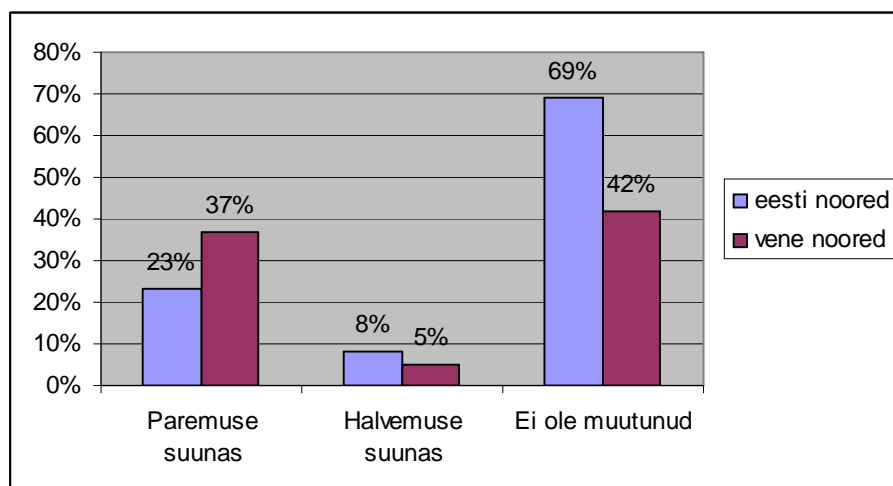
Eesti noor: „*Ei, kuna midagi pole muutunud.*“

Vene noor: „*Ei, midagi pole põhimõtteliselt muutunud.*“

Palusin vastajatel mõelda ka, millises suunas nende arvamus on muutunud, kui see on muutunud. Selgus, et enamusel vastajatest oli arvamus jäänud samaks – nii vastas üle poole respondentidest. Ligikaudu 30 % küsitletust oli seisukohal, et nende arvamus on muutunud paremuse suunas ja vaid 7 % hindas oma arvamust olevat muutunud negatiivsemaks (vt lisa 4, tabel 9).

Eesti keelt kõnelejate seas oli rohkem neid, kelle arvamus oli jäänud samaks. Vene keelt kõnelejate seas oli vähem neid, kelle arvamus oli muutunud halvemuse suunas ja rohkem neid, kelle arvamus oli muutunud paremaks (vt tabel 4 ja lisa 4, tabel 9).

Tabel 4. Arvamuse muutumine Ida-Virumaast eesti ja vene abiturientide seas



Ida-Virumaad soovitaks elukohaks sõbrale pea pooled kõigist respondentidest. 38 % vastanutest ei soovitaks ja 10 % ei osanud öelda, kas nad soovitaksid või mitte. Eestlaste ja venelaste seas jagunesid soovitajad, mittesovitajad ning mitteteadjad peaaegu võrdselt (vt lisa 4, tabel 10).

Põhjustena, miks soovitatakse Ida-Virumaad elukohaks sõbrale, nimetati kõige rohkem seda, et maakond on rahulik (15) ja ilus (3), et seal elevad toredad ja sõbralikud inimesed (3) ning et seal on meeldiv ning sõbralik elukeskkond (õhkkond) (3).

Näiteks:

Eesti noor: „Ikka soovitaks, kuna siin ei ole nii saastunud õhk, poole rahulikum kui linnas.“

Vene noor: „Jah, sest siin on ilus ja rahulik.“

Eesti noor: „Jah, sest siin on palju toredaid inimesi.“

Miks Ida-Virumaad sõbrale elukohaks ei soovitata? Peamiselt seetõttu, et seda piirkonda peetakse igavaks (4) ning et seal on palju kuritegevust (4). Lisaks nimetati põhjustena ka venelaste ja vene keele rohkust (2) ning võimaluste puudumist (2).

Näiteks:

Vene noor: „Ei, siin on väga igav.“

Eesti noor: „Ei! Siin on nii palju tapmisi ja vägivallatsemisi, et ei soovita kellelegi oma eluga riskida siin elades, arstiabi on ka nigel.“

Eesti noor: „Ei, sest siin on palju huligaane ja venelasi, sõbrad aga ei oska enamasti vene keelt.“

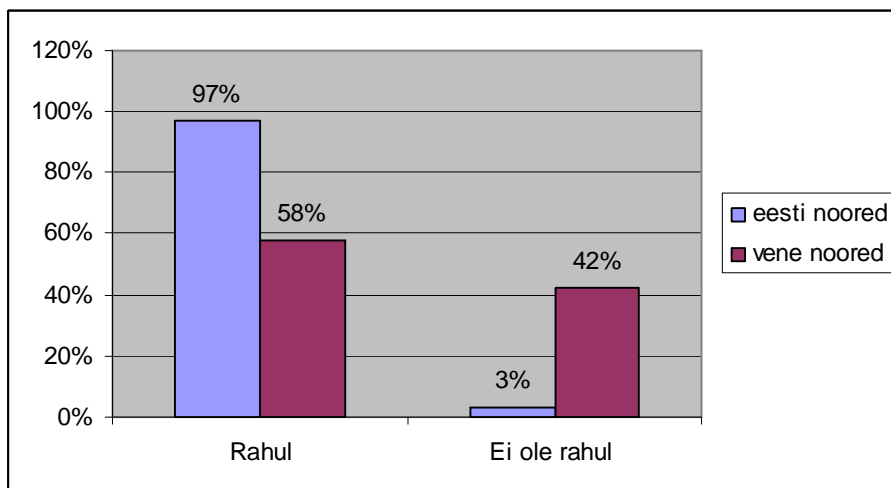
5.1.2 Eesti

Ka Eesti kohta palusin küsitletutel avaldada oma arvamust eluga rahulolu, toimunud muutuste ja uhkuse tundmise koha pealt.

Eesti eluga ollakse valdavalt rahul. Veidi üle kolmveerandi respondentidest oli eluga Eestis kindlasti või üldiselt rahul. Eluga ei olnud rahul ligi veerand kogu valimist. Võrreldes eluga Ida-Virumaal (7 %) on küsitletute seas pea kolm korda rohkem neid, kes on eluga Eestis väga rahul (20 %). Sarnaselt Ida-Virumaaga, oli ka Eesti puhul kõige sagedasemaks vastuseks, et eluga ollakse üldiselt rahul (vt lisa 4, tabel 11).

Eesti keelt kõnelevad Ida-Virumaa noored on Eesti eluga palju rohkem rahul kui vene keelt kõnelejad. Vaid üks eesti keelt kõneleja vastas, et pigem ta ei ole Eesti eluga rahul, kõik ülejäänud olid kas kindlasti või üldiselt rahul. Üle pooled vene keelt kõnelejad olid Eesti eluga kas kindlasti või üldiselt rahul ja 42 % vene noortest ei olnud Eesti eluga rahul (vt tabel 5 ja lisa 4, tabel 11).

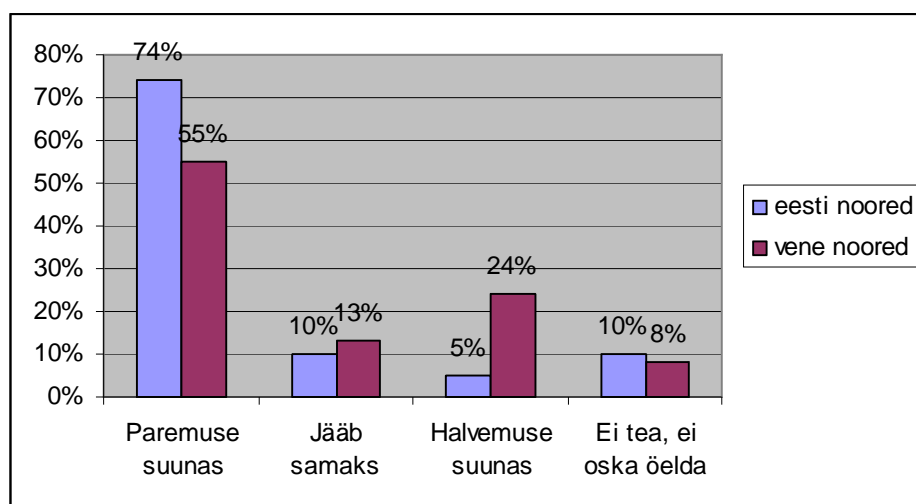
Tabel 5. Rahulolu Eesti eluga Ida-Virumaa eesti ja vene noorte seas.



Enamus küsitletutest (65 %) leiab, et elu Eestis on muutunud paremuse suunas. 12 % on seisukohal, et elu ei ole muutunud ja 14 % usub, et muutused on olnud negatiivsed (vt lisa 4, tabel 12).

Vastustest võib välja lugeda, et eestlased on muutuste suhtes natukene positiivsemalt ja vene emakeelega küsitletud veidi negatiivsemalt meelestatud. Eesti keelt kõnelejad on rohkem kui vene emakeelega vastajad arvamusel, et Eesti elu muutub paremuse suunas, vene keelt kõnelejate seas oli neli korda enam kui eestlaste hulgas neid, kes vastasid, et muutused on toimunud halvemuse suunas (vt tabel 6 ja lisa 4, tabel 12).

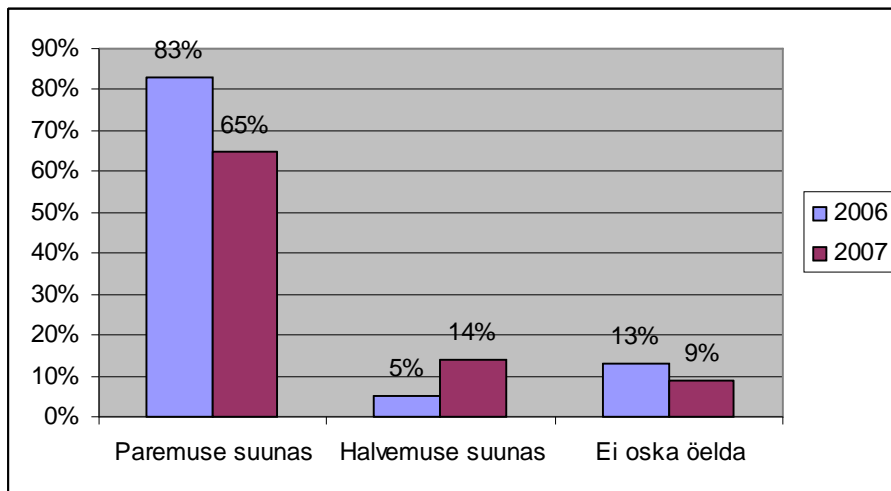
Tabel 6. Arvamus elu muutumisest Eestis Ida-Virumaa eesti ja vene noorte seas



Võrreldes 2006. aastaga on Eestis aset leidnud muutuste hinnang muutunud veidi negatiivsemaks. Maarika Kirikmäe lõputööst ilmneb, et kolmveerand vastanuist hindas muutusi rõõmustavaks või pigem rõõmustavaks. 2007. aastal oli see arv 65 % valimist (vt lisa 4, tabel 13).

Kui 2007. aastal on eestlased oma kodumaa suhtes veidi positiivsemalt meelestatud kui vene keelt kõnelejad, siis 2006. aastal oli negatiivsete hinnangute eelistamine suurem just eestlaste seas. Käesoleva uuringu raames hindas muutusi Eestis negatiivseks ligi veerand vene emakeelega vastanutest ehk neli korda rohkem kui eesti emakeelega küsitletud. 2006. aastal oli vahe kahekordne ja eestlaste ja venelaste vahetõlge vastupidine: ligi 10 % eestlastest leidis elumuutused olevat negatiivsed. Vene noorte seas oli sama näitaja 5 % (vt tabel 6a ja lisa 4, tabel 13).

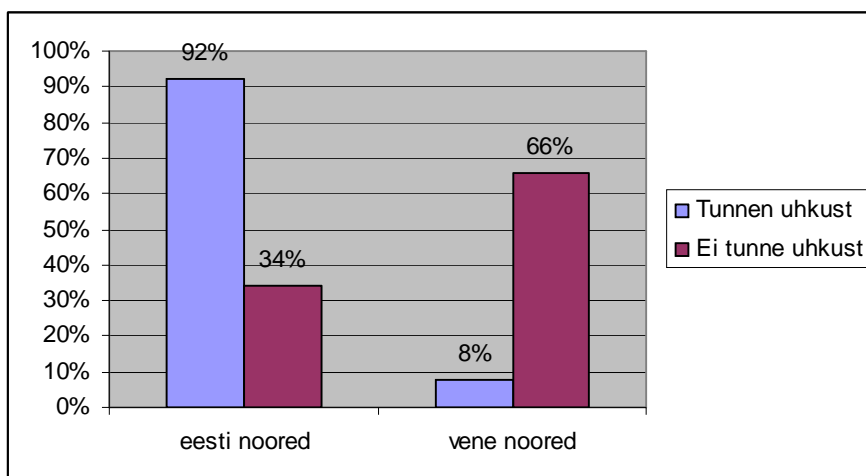
Tabel 6a. Arvamus elu muutumisest Eestist Ida-Virumaa vene noorte seas 2006. ja 2007. aastal



Viimase 10 aasta jooksul toimunud muutuste põhjalt tuntakse Eesti üle enamasti kas siis kindlasti või üldiselt uhkust (pea $\frac{2}{3}$ küsitletutest). Uhkust ei tunne veidi enam kui $\frac{1}{3}$ valimist (vt lisa 4, tabel 14).

Antud küsimuse puhul ilmnes ka selge erinevus eesti ja vene keelt kõnelejate vahel. Enamik eesti noori tundsid Eesti üle uhkust, samas kui vaid 3 eesti noort ei tundnud Eesti üle uhkust. Vene noortest tundis Eesti üle uhkust vaid $\frac{1}{3}$ küsitletutest ja rohkem oli neid, kes Eesti üle uhkust ei tundnud (66 % ehk $\frac{2}{3}$) (vt tabel 7 ja lisa 4, tabel 14).

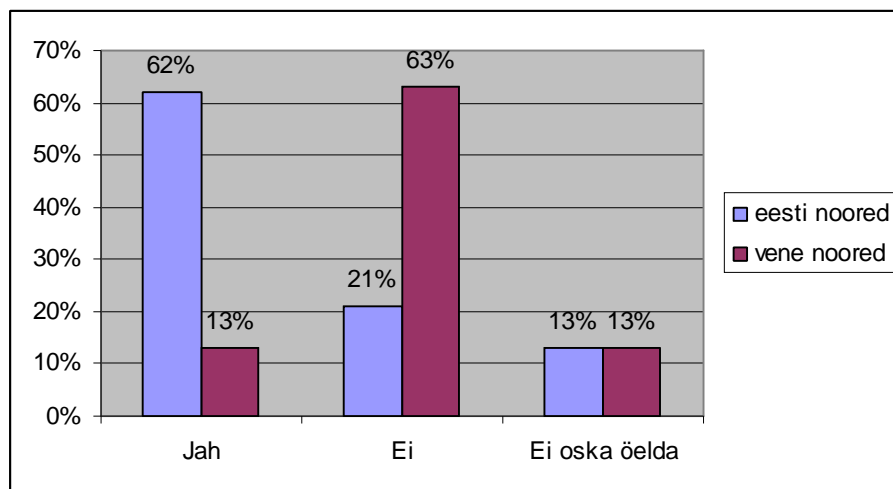
Tabel 7. Uhkuse tundmine Eesti üle Ida-Virumaa eesti ja vene noorte seas.



Lisaks palusin respondentidel oma sõnadega vabas vormis vastata, kas nad valiksid Eesti oma elukohaks, kui neil oleks piiramatut valikut; kas, kuidas ja miks on nende arvamus Eestist viimase aasta jooksul muutunud ning kas nad soovitaksid Eestit elukohaks oma sõbrale.

Küsimusele “Kui teil oleks võimalus valida elukohaks ükskõik, milline riik, siis kas valiksite Eesti? Miks?”, vastati peaaegu võrdselt, et valiks (38 %) ja ei valiks (42 %), siiski oli veidi rohkem neid õpilasi, kes ei valiks. Siinkohal erinesid eesti ja vene keelt kõnelejate vastused suurel määral. Nimelt oli eestlaste hulgas 4,5 korda enam kui venelaste seas neid, kes valiksid Eesti oma elukohaks. Kolm korda enam oli aga vene keelt kõnelejate seas neid, kes ei valiks Eestit elukohaks (vt tabel 8 ja lisa 4, tabel 15).

Tabel 8. Eesti valimine elukohaks Ida-Virumaa eesti ja vene noorte seas.



Põhjustena, miks Eestit elukohaks ei valita, nimetati kõige sagedamini (nii eesti kui vene keelt kõnelejad), et on paremaid ja arenenumaid riike, kuhu soovitakse elama minna (12), lisaks toodi põhjuseks (vaid vene keelt kõnelejate seas) ka vene rahva diskrimineerimine (4) ja enese realiseerimise võimaluste puudumine (3).

Näiteks:

Eesti noor: „Ei, valiksin Taani, alampalk on kõrge.“

Vene noor: „Ei. Teised riigid on paremini arenenud. Võimalusi on rohkem. Eestis hakatakse venelasi üha enam rõhuma.“

Eesti elukohaks valimise ajenditena toodi aga kõige sagedamini välja see, et Eesti on kodumaa (14), siin on lähedased (6), Eesti on rahulik ja turvaline (3) ning Eesti on ilus väike riik (3).

Näiteks:

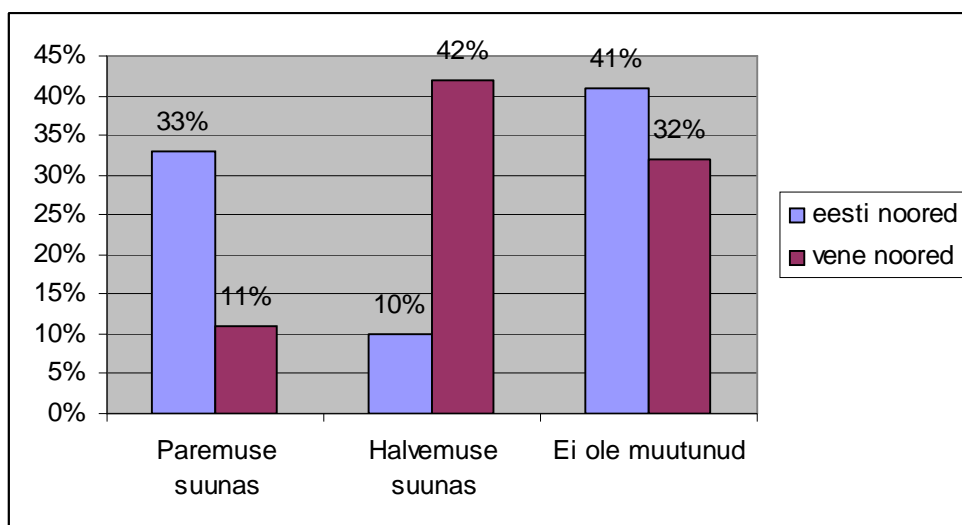
Eesti noor: „*Jah, sest see on mu kodumaa.*“

Vene noor: „*Muidugi, siin on kõik sugulased.*“

Kui vastajatelt küsiti, kas nende arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud ja kuidas, siis vastas veidi üle poole küsitletutest, et nende arvamus on tõepoolest muutunud. Vähem oli neid, kelle arvamus oli jäänud samaks (veidi üle $\frac{1}{3}$). Kui eesti õpilaste seas oli täpselt võrdselt neid, kelle arvamus oli muutunud (44 %) ja kelle arvamus oli jäänud samaks (44 %), siis vene koolide õpilaste seas oli poole rohkem neid, kelle arvamus oli muutunud (58 %) kui neid, kelle arvamus oli püsinud stabiilsena (29 %) (vt lisa 4, tabel 16).

Vastajate seas oli veidi rohkem neid, kelle arvamus Eestist oli muutunud halvemaks (26 %) kui neid, kelle arvamus oli muutunud paremuse suunas (22 %). Eesti õpilaste seas oli pea kolm korda enam neid, kelle arvamus oli muutunud paremaks kui vene õpilaste seas. Samas oli vene õpilaste hulgas pea neli korda enam neid, kelle arvamus oli muutunud halvemaks kui eesti õpilaste hulgas. Eesti emakeelega vastajate seas oli ka veidi enam neid, kelle arvamus ei olnud muutunud kui vene emakeelega respondentide seas (vt tabel 9 ja lisa 4, tabel 17).

Tabel 9. Arvamuse muutumine Eestist Ida-Virumaa eesti ja vene noorte seas.



Põhjustena, miks arvamus on muutunud, toodi kõige sagedamini (kuid ainult vene keelt kõnelejate poolt) poliitika ja valitsuse muutumine ning suhete halvenemine Venemaaga (10), kiire areng (9), aprillisündmused (7) ja see (vaid eesti keelt kõnelejate poolt), et Eesti on ennast tõestanud tõsiseltvõetava riigina, kes oskab ja tahab end kaitsta (4).

Näiteks:

Vene noor: „*Jah, pärast 2007. aasta aprillisündmusi. Rumal tegu, mis rikkus kõik head suhted Venemaaga.*“

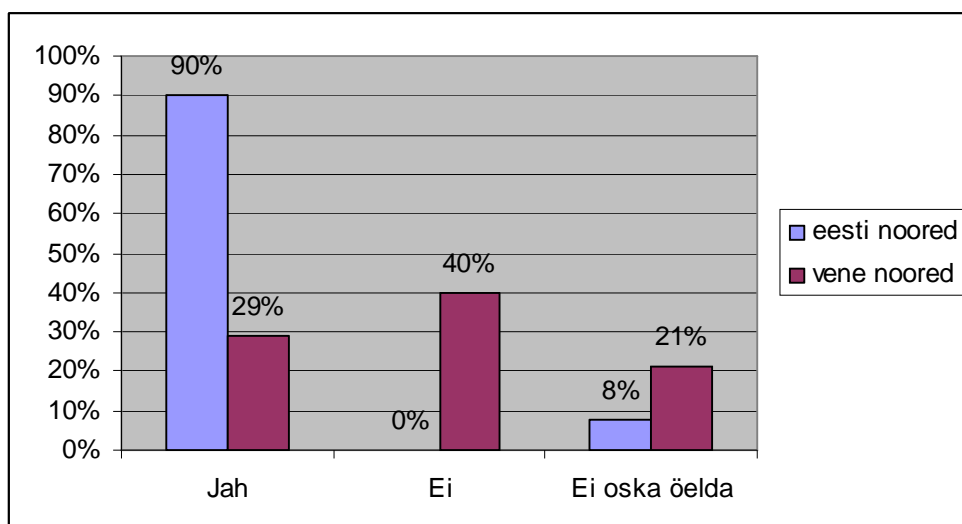
Vene noor: „*Jah, muutus seoses aprillisündmustega. Poliitika vedas alt.*“

Eesti noor: „*On küll muutunud, sest kõik areneb Eestis. Palgad tõusevad, inimeste haridustase tõuseb, kõiges toimub areng.*“

Eesti noor: „*Jah. On ennast tõsiseltvõetava riigina tõestanud.*“

Eestit soovitaks sõbrale elukohaks üle poole kõigist vastanutest. 20 % vastajatest ei soovitaks ja 14 % ei osanud vastata. Siinkohal erinesid suuresti eest ja vene emakeelega respondentide vastused. Enamik eesti noori soovitaks Eestit elukohaks oma sõbrale, ükski eesti keelt kõnelev noor ei vastanud, et ta ei soovitaks. Vene emakeelega õpilaste seas oli enam neid (40 %), kes ei soovitaks Eestit elukohaks sõbrale kui neid (29 %), kes soovitaksid. Pea veerand vene noortest ei osanud vastata. Seega oli eesti noorte seas kolm korda enam neid, kes soovitaksid ja vene noorte seas üle kolme korra rohkem neid, kes ei soovitaks Eestit elukohaks sõbrale (vt tabel 10 ja lisa 4, tabel 18).

Tabel 10. Eesti soovitamine elukohaks sõbrale Ida-Virumaa eesti ja vene noorte seas.



Põhjusteks, miks Eestit sõbrale ei soovitataks, olid sagedamini (vaid vene keelt kõnelejate seas) venelaste diskrimineerimine ja venelaste mitte austamine (2), lisaks arvati, et Eesti on ebasõbralik riik, kus on palju rassismi ja ksenofoobiat (3).

Näiteks:

Vene noor: „*Mitte mingil juhul! Venelasi siin ei austata!*“

Vene noor: „*Ei! Meil on rahva diskrimineerimine!*“

Eestit soovitataks sõbrale elukohaks, sest Eestis on väike ja tore riik (8), siin on hea elada (6), siin elavad toredad, ühtehoidvad ja sõbralikud inimesed (6), siin on rahulik ja turvaline (6), siin on ilus loodus (5), palju võimalusi (3) ja Eesti areneb (3).

Näiteks:

Eesti noor: „*Väike riik, rahuliku eluga. Soovitaksin küll.*“

Eesti noor: „*Jah, sest siin on ilus loodus.*“

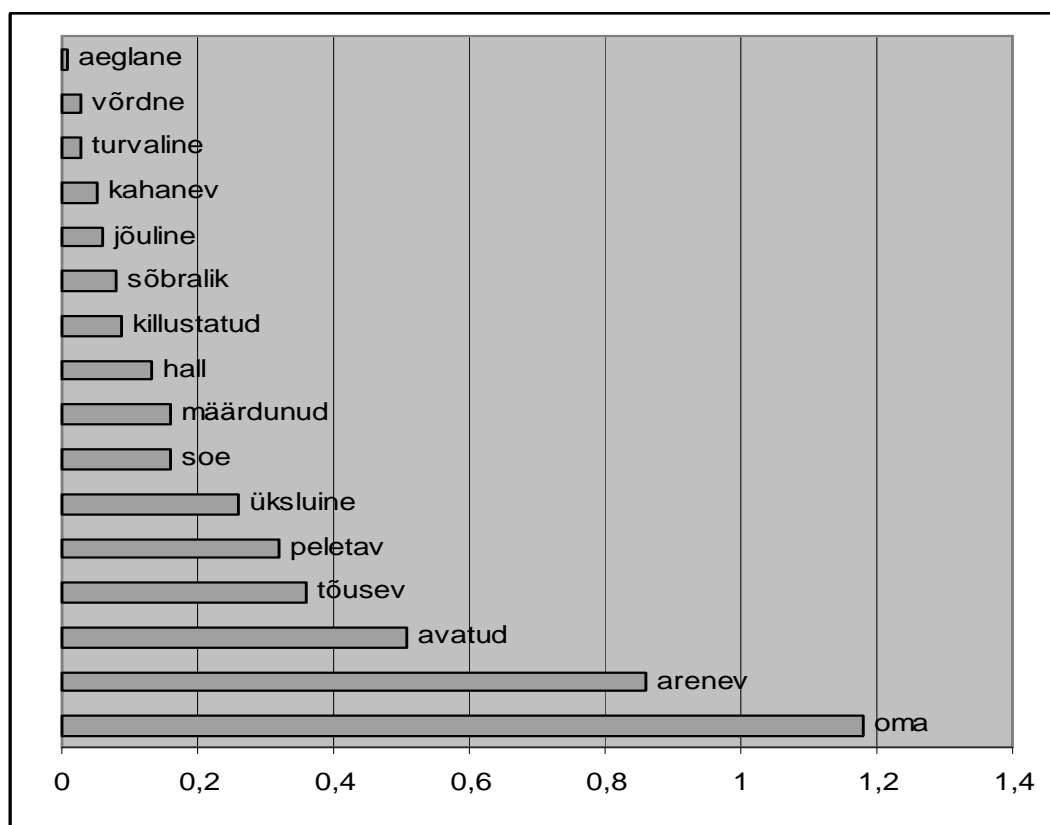
5.2 Semantiline diferentsiaal

Semantilise diferentsiaali vastandlike omadussõnapaaride tabeli puhul (vt lisad 1 ja 2) palusin õpilastel hinnata seoseid, mida tunnustepaarid Ida-Virumaaga ja Eestiga seoses tekitavad. Kõigepealt annan ülevaate Ida-Virumaa imagost erinevate uurimisgruppide seas (vt tabelid 11, 11a ja 11b) ja seejärel vaatan lähemalt Eesti imagot eesti ja vene keelt kõnelevate Ida-Virumaa noorte seas (vt tabelid 12, 12a ja 12b).

SD põhjal ilmnes, et Ida-Virumaa noored näevad Ida-Virumaad omana (1,18), areneva (0,86) ja avatuna (0,51). Enamus dimensioone erineb skaala keskpunktist pool või vähem skaalapunkti. Kõige väiksema erisusega skaala keskpunktist olid dimensioonid *kiire-aeglane*, *üleolev-võrdne* ja *turvaline-ohtlik* (erinevus oli 0,01 aeglase; 0,03 võrdse ja 0,03 turvalise suunas). See võib tähendada, et noored eelistavad antud tunnuste puhul jääda neutraalseks,

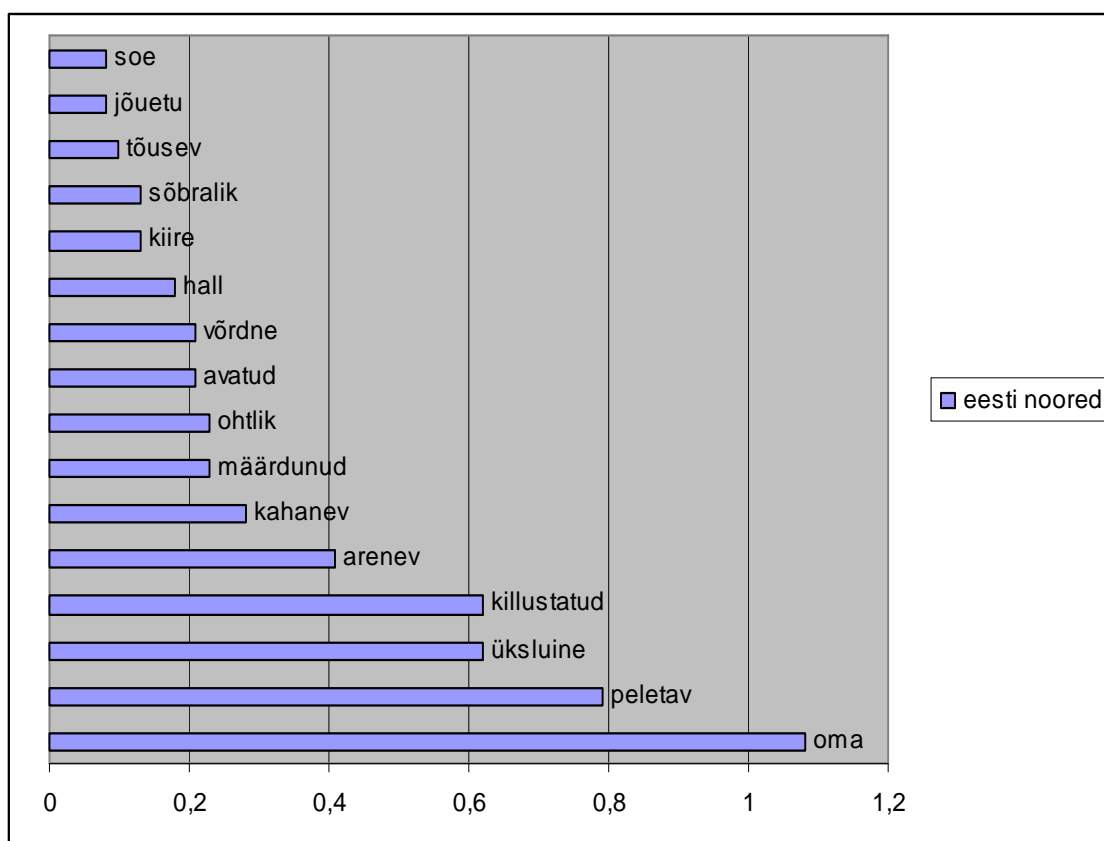
kuna nad ei tunne suurt seos kummagi sõnaga ja neil ei ole välja kujunenud selget arusaama, kas Ida-Virumaa on aeglane või kiire, võrdne või üleolev ja turvaline või puudub selle tunnuse osas noorte seas ühtne domineeriv arusaam ja respondendid näevad maakonda selles aspektis erinevana: osad näiteks pigem ohtlikuna, teised aga väga turvalisena (vt tabel 11).

Tabel 11. Ida-Virumaa kuvand maakonna noorte seas



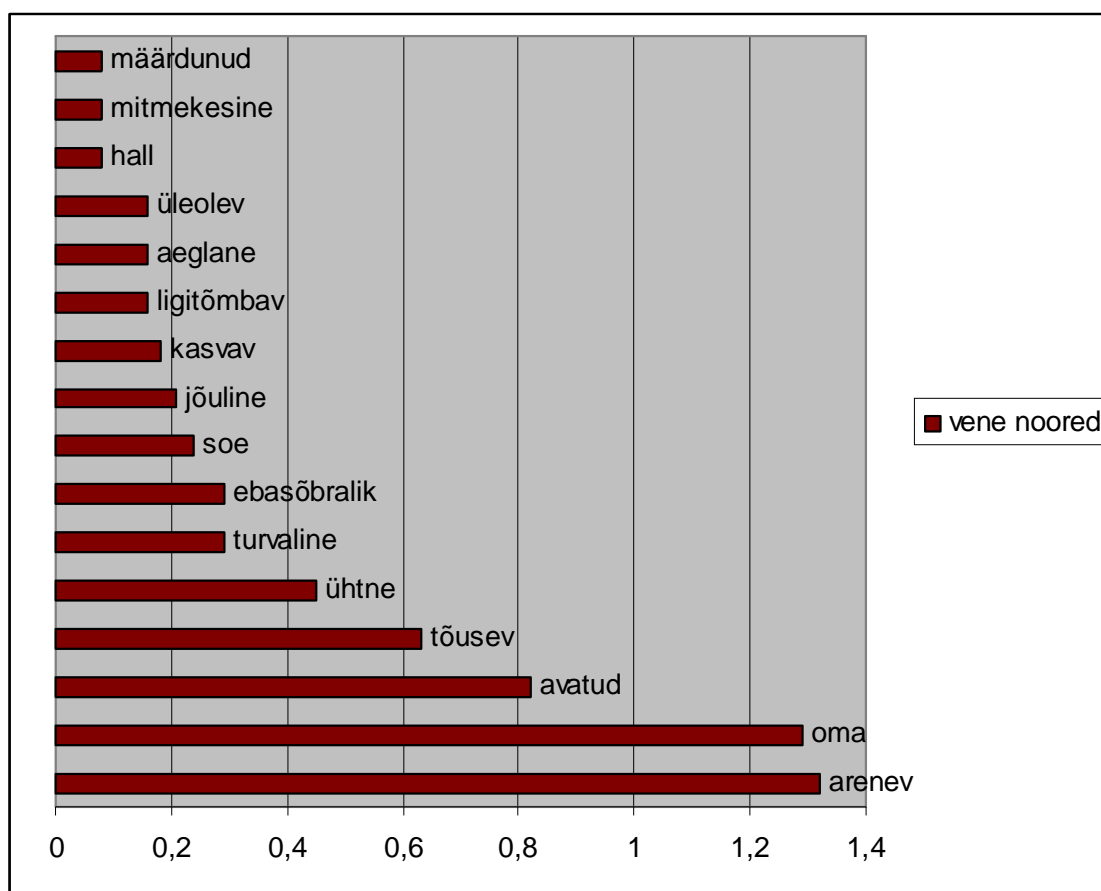
Ida-Virumaa eesti noored tajuvad maakonda omana (1,08). See oli ainus dimensioon, mille kaugus indifferentsuspunktist oli üle ühe skaalapunkti. Lisaks on Ida-Virumaa eesti noorte jaoks peletav (0,79), üksluine(0,62) ja killustatud (0,62). Kõige väiksema erisusega skaala keskpunktist olid dimensioonid soe (0,08), suletud (0,08) ja tõusev (0,10). Enam kui pooled (12) dimensioonidest erinevad nullpunktist pool või vähem skaalapunkti (vt tabel 11a).

Tabel 11a. Ida-Virumaa kuvand maakonna eesti noorte seas



Vene noored näevad Ida-Virumaad väga areneva (1,32) ja omana (1,29). Need kaks dimensiooni erinesid skaala keskpunktist üle ühe skaalapunkti. Lisaks on Ida-Virumaa vene noorte meelest avatud (0,82), tõusev (0,63) ja ühtne (0,45). Kõige väiksema erisusega skaala nullpunktist olid dimensioonid *puhas-määratud*, *üksluine-mitmekesine* ja *värviline-hall* (erinevus oli kõigi puhul 0,08 määratud, mitmekesise ja halli suunas). See näitab, et vene noored ei oska selle nende sõnapaaride puhul seisukohta võtta, neil ei ole kujunenud väga ühtset kuvandit Ida-Virumaast puhta või määratud, mitmekesise või üksluise ja halli või värvilise maakonnana (vt tabel 11b).

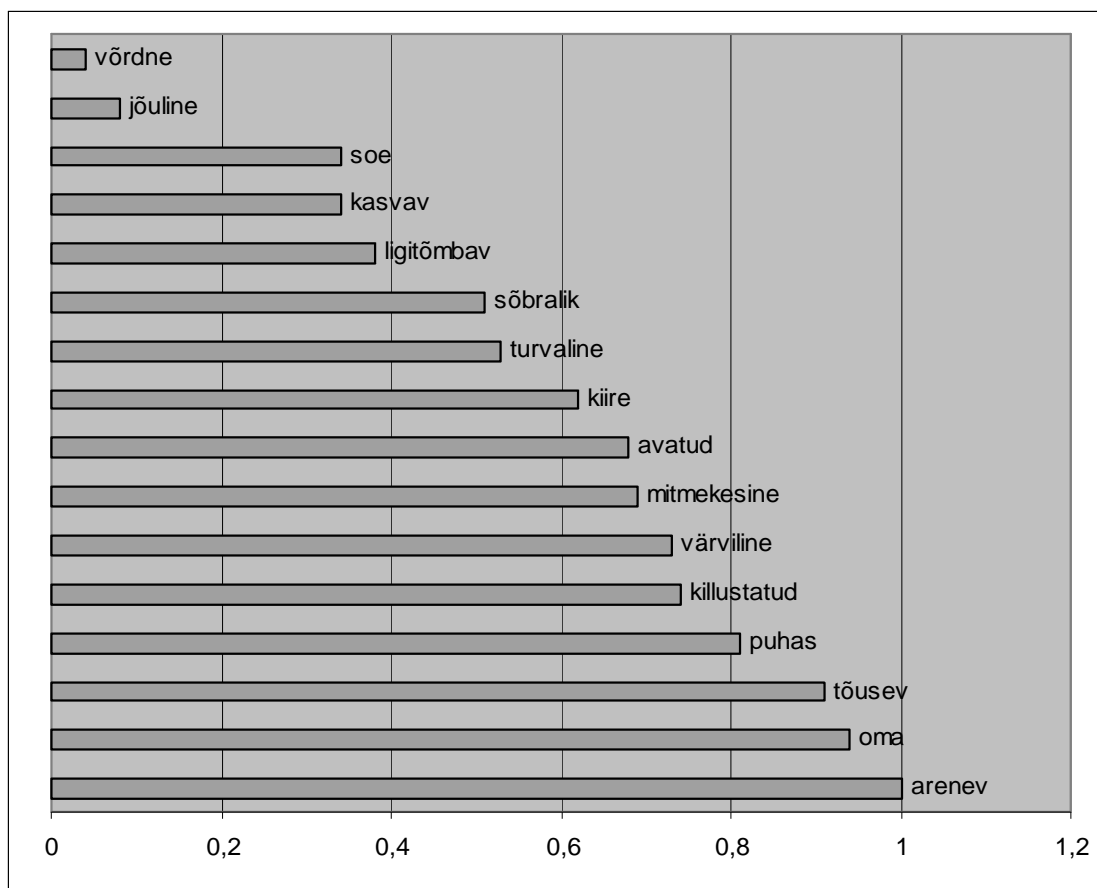
Tabel 11b. Ida-Virumaa kuvand maakonna vene noorte seas



Järgnevalt esitan peamised semantilise diferentsiaali uuringumeetodi tulemused Eesti kuvandi kohta (vt tabelid 12, 12a ja 12b).

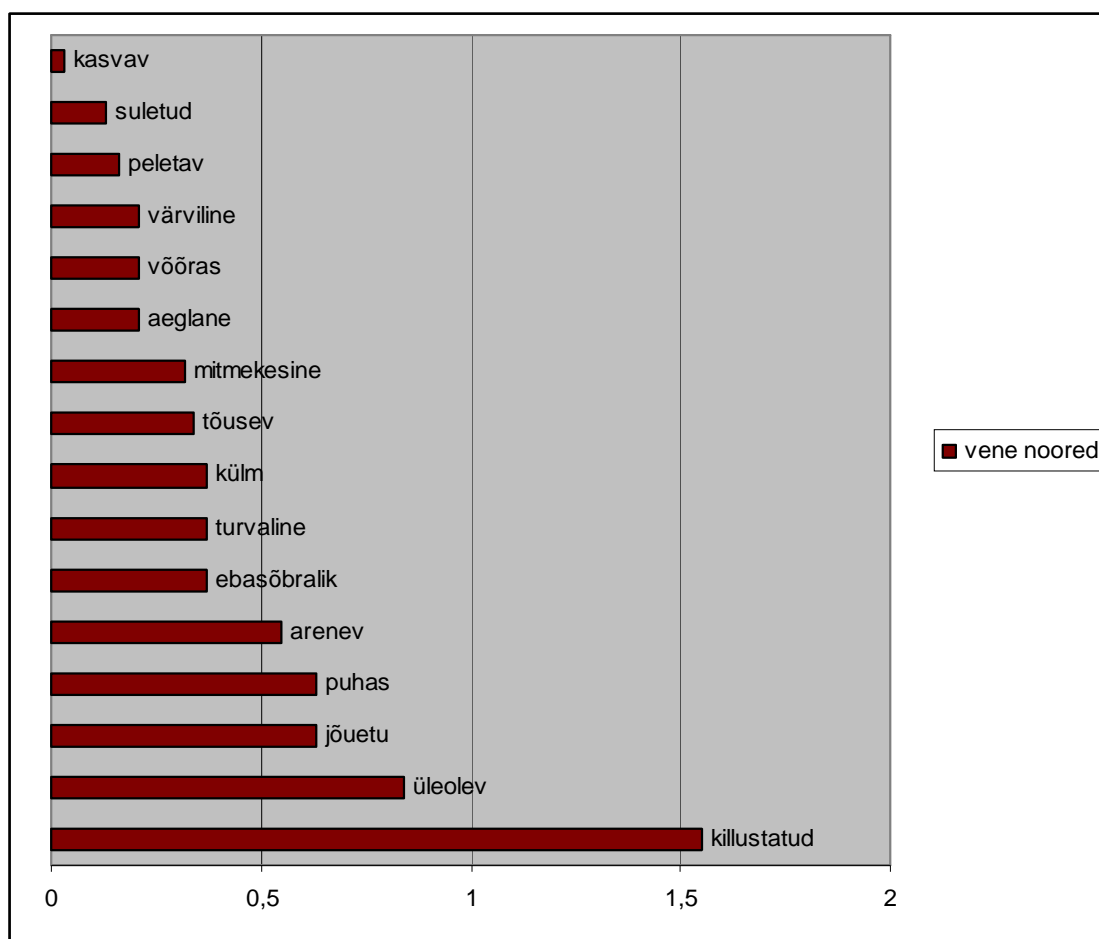
Eesti imago puhul ei olnud ühegi dimensiooni kaugus indifferentsuspunktist üle ühe skaalapunkti Semantilise diferentsiaali põhjal selgus, et Ida-Virumaa noored tajuvad Eestit arenevana (1,0), omana (0,94), tõusvana (0,91) ja puhtana (0,81). Kõige väiksema erisusega skaala keskpunktist olid dimensioonid *üleolev-võrdne* ja *jõuline-jõuetu* (erinevus oli kõikide puhul 0,04 võrdse ja 0,08 jõulise suunas), mis näitab, et noored eelistavad antud tunnuste puhul jääda neutraalseks, kuna nende tundmused Eestiga seoses ei kaldu suurel määral kummagi tunnuse poole (vt tabel 12).

Tabel 12. Eesti imago Ida-Virumaa noorte seas.



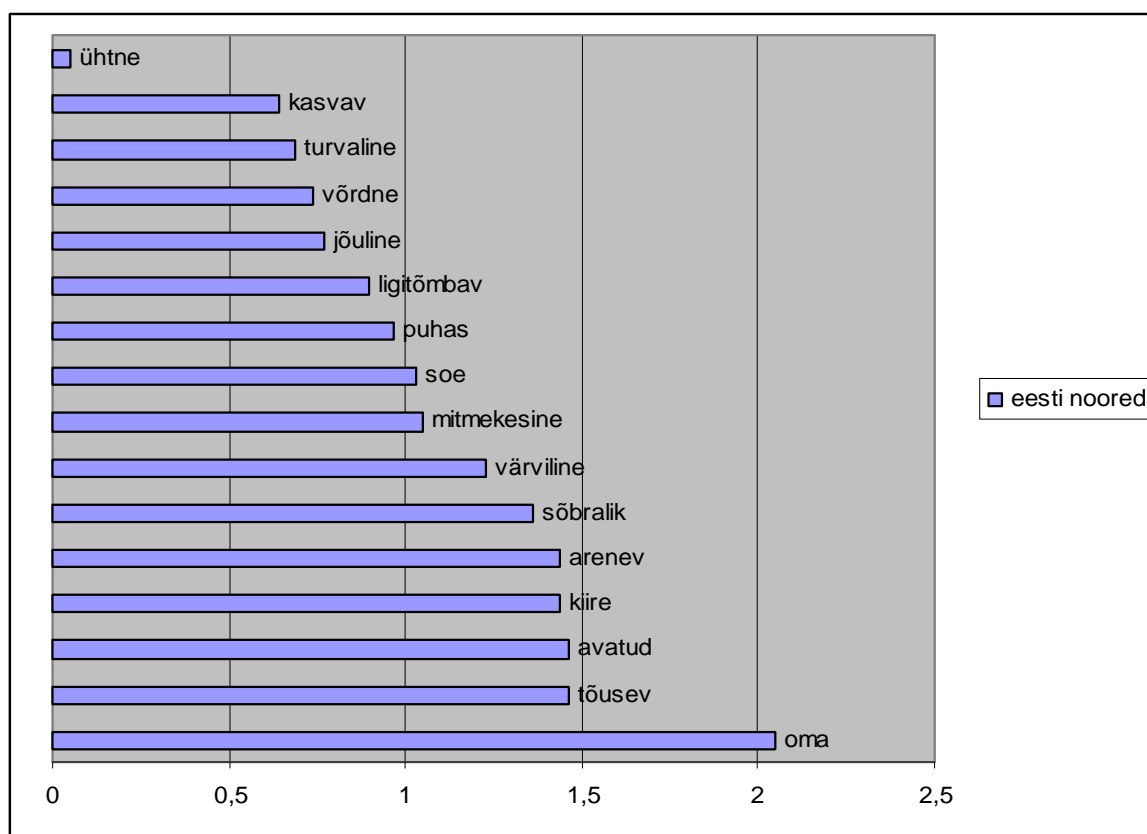
Eesti imago erines eesti ja vene noorte seas üsna märgatavalt. Vene noored näevad Eestit kõige enam killustatuna (1,55). See oli ainus dimensioon, mille kaugus indifferentsuspunktist oli üle ühe skaalapunkti. Vene noored tajuvad Eestit ka üleolevana (0,84), jõuetu (0,63) ja puhtana (0,63). Kõige väiksema erisusega skaala keskpunktist olid dimensioonid kasvav (0,03) ja suletud (0,13). Enam kui pooled (11) dimensioonidest erinevad nullpunktist pool või vähem skaalapunkti (vt tabel 12a).

Tabel 12a. Eesti imago Ida-Virumaa vene noorte seas.



Ida-Virumaa eesti noorte silmis on Eesti väga oma (2,05), samuti nähakse Eestit tõusvana (1,46), avatuna (1,46), kiirena (1,44), arenevana (1,44), sõbralikuna (1,36), värvilisena (1,23), mitmekesisena (1,05) ja soojana (1,03). Kuna dimensioone, mille kaugus keskpunktist oli üle ühe skaalapunkti, oli üle poole (9) ja need olid kõik positiivsed, siis võib öelda, et eesti noorte seas on Eesti imago positiivne ja üsna selgelt välja kujunenud. Kõige väiksema erisusega skaala indifferentsuspunktist oli dimensioon *killustatud-ühtne* (erinevus oli 0,05 ühtse suunas). See näitab, et eesti noored ei oska selle dimensiooni puhul seisukohta võtta, nad ei tunne suurt seos kummagi sõnaga (vt tabel 12b).

Tabel 12b. Eesti imago Ida-Virumaa eesti noorte seas.



5.3 Kontentanalüüs

5.3.1 Ida-Virumaa

1. Maakonna väline ilme (vt lisa 4, tabel 19)

Suur osa vastanutest kirjeldas Ida-Virumaad väga looduskauni kohana. Rõhutati, et neile meeldib maakonna loodus, piirkonnale omane (tööstus)maastik, järved, metsade ja rabade rohkus, suur veekogude arv. Ilusa looduse näidetena toodi välja mitmeid konkreetseid looduslikke vaatamisväärsusi nagu näiteks Ontika pankrannik, Peipsi-rannik ja Toila Oru park. Ida-Virumaa looduse ilu tõid esile nii eesti kui ka vene keelt emakeelena kõnelevad noored, kuid eesti noored veidi rohkem. Samuti erinesid nende vastused selles aspektis, et kui

eesti noorte seas leidsid konkreetsete looduskaunite kohtadena äramärkimist pankrannik ja Peipsi-äärne piirkond, siis vene noored tõid pigem esile Toila pargi.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*Ilus loodus, palju metsi ja rabasid.*“ (E)

Avatud küsimuste vastustest ilmnas, et noored idavirumaalased peavad oma kodumaakonda ka üsna mitmete vaatamisväärsustega piirkonnaks. Küsitletud nimetasid vaatamisväärsuste paljusust nii üldsõnaliselt (nt „*mõned looduskaunid kohad*“, „*vaatamisväärsused*“) kui nimetasid ka konkreetseid näiteid. Äramärkimist leidsid juba eelpool mainitud Toila Oru Park, Peipsi-rannik ja Ontika pankrannik, aga lisaks ka Narva kindlus. Siiski leidis ka üks vastaja, kes oli täiesti vastupidisel seisukohal ja arvas, et Ida-Virumaal on vähe vaatamisväärsusi. Ida-Virumaa vaatamisväärsusi ja looduskauneid kohti rõhutasid rohkem eesti noored. Vene noored tõid aga rohkem konkreetseid näiteid.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*Narva kindlus, Toila Oru park, puhas õhk, järved, palju metsa.*“ (V)

Ida-Virumaa kui tööstuspiirkonna kuvandist annavad aimu mitmed mainigud, kus leidsid äramärkimist tööstus ja tööstusmaastik, tehased, saastunud õhk ning kaevandused. Ida-Virumaa tööstuspiirkonna kujutlus näib olevat rohkem levinud eesti noorte seas, kuna nende vastuste seas oli seda kajastavaid maininguid rohkem.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas soovitaksid Ida-Virumaad elukohaks oma sõbrale? Miks?*“

Vastus: „*Soovitaks, kui teda huvitab kaevandus, keemia vms.*“ (E)

Kaheksa vastajat tõid esile, et maakonna välisilmes hakkavad silma uued ehitised ja kaubanduskeskused. Neile seostus maakonna välise ilmega piirkonna sellesuunaline areng. Ehitustegevuse aktiveerumist ja uusi kaubanduskeskusi mainisid nii eesti kui ka vene noored, kuid vene noored veidi enam.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*Mulle meeldib see, et Ida-Virumaa areneb iga aastaga paremuse poole.*

Kaubanduskeskuste ehitamine, erinevad spordiklubid noortele.“ (V)

Kuues mainingus toodi välja, et nende kodumaakond on väga saastunud. Kuna Ida-Virumaa ebameeldivate külgedena toodi esile väljaheitegaasid, tehased ja rohke tööstus, siis võib järeldada, et selle all peeti silmas eelkõige saastatud õhku. Maakonna saastutust mainisid nii vene kui eesti noored võrdselt.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Kukruse õhk, madalad palgad, ühistranspordi hinnad kallinevad, pole ülikoole.*“ (V)

Üsna mitmes ankeedis kirjeldati oma kodumaakonda mustana. Kuna konkreetset mainimist leidsid just Ida-Virumaa prügised teeääred ja mustad tänavad, siis võib eeldada, et need vastajad, kes vastasid lihtsalt, et neile ei meeldi see, et Ida-Virumaa on väga must, pidasid samuti silmas koristamata tänavaid ja teeääri. Vene ja eesti noored tõid mõlemad esile piirkonna mustuse, kuid vene keelt kõnelevad noored mainisid maakonna mustust vaid üldsõnaliselt. Eesti noored tõid välja konkreetset mustad tänavad ja mahavisatud prügi.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Mustad tänavad, vähe meelelahutust.*“ (E)

Mõned üksikud vastajad märkisid maakonna negatiivseks küljeks teatud ebameeldivad ja kõhedad linnad. Mõningatel juhtudel nimetati ka konkreetseid linna nagu näiteks Sompa ja Kohtla-Järve. Vene noorte seas oli rohkem neid, kes ebameeldivaid linna nimetasid ning nad tõid just konkreetseid näiteid. Üks eesti noor mainis vaid linnade kõhedust.

Paljudel juhtudel leidis küsimuste vastuste hulgas maininguid, millest ilmnas Ida-Virumaa kui lagunevate hoonetega maakonna kujutus. Ida-Virumaad iseloomustati järgnevalt: „*Kõik*

laguneb“; „Kõik on katki, /.../ kõik vana ja hall.“; „Lagunenud hoonete varemed“. Ida-Virumaa lagunevat ilmet mainisid enam Eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?“

Vastus: „Et siin on vähe, millega vabal ajal tegeleda ning osad asjad on kallimad kui Tallinnas. Ma mõtlen vaba aeg, kino jne. Kõik on siin ära ostetud! Ning raha pannakse tasku, aga ei ehitata lõpuni, **kõik laguneb**. Ehitatakse „konservikarpe“ poode juurde, mis on jube odavalt ehitatud ning kliima ja konditsioneer poodides ei tööta, siis on ebamugav seal liikuda. Siin on nii palju tapmisi ja vägivallatsemisi, arstiabi on ka nigel.“ (E)

Maakonna välise ilmega seostusid ka halvad teed. Kuigi see omadus leidis äramärkimist vaid ühes mainingus, oli see niivõrd tugeva rõhuasetusega, et pidin vajalikuks see koodidesse lisada. Teede halba olukorda tõi esile vene emakeelega abiturient.

Näiteks:

Küsimus: „Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?“

Vastus: „**Halvad teed, keskkond. Kõige hullemad teed on siin.**“ (V)

2. Elanikud (vt lisa 4, tabel 20)

Väga paljudes vastustes kajastus Ida-Virumaa venekeelse elanikkonna rohkus. Paar vastajat ei maininud vene keelt kõnelejate rohkust, vaid eesti emakeelega elanike vähesust, millest samuti ilmnas Ida-Virumaa kui paljude vene rahvusest elanikega maakonna kuvand. Seda mainisid vaid eesti noored ja eelkõige Ida-Virumaa ebaseeldiva küljena.

Näiteks:

Küsimus: „Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?“

Vastus: „*Rahvuste erinevused. Venelaste suur arvukus.*“ (E)

Mitmes vastuses leidis maininguid, kus rõhutati Ida-Virumaa elanike sõbralikkust, toredust, abivalmidust, meeldivust, ausust ja avatust. Selliselt iseloomustasid maakonna elanikke pigem

eesti keelt kõnelevad noored. Need vähesed vene noored, kes nii arvasid, mainisid Ida-Virumaa positiivse küljena lihtsalt meeldivaid ja sõbralikke inimesi, eesti noored lisasid ka teisi häid omadusi nagu ausus, avatus ja abivalmidus.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*Inimesed on avatud ja sõbralikud, kaunis maastik.*“ (E)

Kui osad vastajad olid seisukohal, et Ida-Virumaa elanikud on toredad ja meeldivad, siis pea samapalju oli neid, kes olid vastupidisel arvamusel. Leiti, et maakonna elanikkond on ebasõbralik või toodi lihtsalt välja, et inimesed on ebameeldivad. Kui sõbralike inimeste kuvand domineeris eesti noorte seas, siis ebameeldivateks pidasid maakonna elanikke valdavalt vene noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Kliima, elutingimused, inimesed jne.*“ (V)

Kui küsisin Ida-Virumaa noortelt, mis neile oma maakonna juures meeldib, siis vastasid mitmed respondendid, et nende pere, sõbrad, tuttavad või sugulased. Siit tuli välja maakonna kui kodumaakonna kuvand. Selline seos ilmnes eeskätt eesti noorte seas, vaid üks vene emakeelega vastaja tõi seda aspekti esile.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*See, et olen siin sünnist saati elanud ja siin on mu sõbrad.*“ (E)

Ida-Virumaad iseloomustati mõnes vastuses ka kui lihtsalt väikese, aga mitmekesise elanikkonnaga maakonda. Seda tõid veidi rohkem esile eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*Kohalik omanäoline loodus, inimeste mitmekesisus.*“ (E)

3. Maakond elukeskkonnana (vt lisa 4, tabel 21)

Ida-Virumaa kui elukeskkonnaga seostusid suurel osal vastajatest ajaveetmis-, õppimis- ja eneseteostusvõimaluste puudumine. Kuna tegu oli noorte inimestega, siis ei ole ka midagi imestada, et tuntakse puudust tegevusest ja lõbustusasutustest. Vastajad tõid esile, et noortele võiks olla rohkem keskusi. Väheseid võimalusi mainisid eesti ja vene noored samaväärselt.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?*“

Vastus: „***Puuduvad meelelahutuskohad, normaalsed söögikohad. Teenindavas sektoris ebaprofessionaalsed töötajad.***“ (E)

Ida-Virumaad pidasid paljud respondendid vaikseks ja rahulikuks piirkonnaks. Mitu vastajat rõhutas, et mitte kogu Ida-Virumaa ei ole selline, kuid siin leidub palju meeldivalt rahulikku ja vaikkeid kohti. Maakonna rahulikkust tõid pea poole rohkem esile eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*Kas nüüd just Ida-Virumaa terviklikult, kuid oma kodukoht on hea rahulik ja vaikne.*“ (E)

Maakonna noored peavad Ida-Virumaad ka igavaks, üksluiseks ja manduvaks kohaks. Rõhutati, et piirkond ei arene ja midagi seal suurt ei muutu. Kuna aga pole palju ajaveetmisvõimalusi, on seal noortel ka igav. Üks vastaja pidas oma kodukohta lausa nii igavaks, et vastas küsimusele, kas ta soovitaks seda piirkonda oma sõbrale elukohaks: „*Ei. Ida-Virumaa sobib elamiseks ainult pensionäridele.*“ (V). Piirkonda näevad igavana nii eesti kui vene noored, kuid vene noored natuke rohkem.

11 vastajale seostus Ida-Virumaaga oma kodu ja see, et tegemist on kodumaakonna ja/või sünnikohaga. Seda mainisid peamiselt eesti noored. Kui eesti noored rõhutasid maakonna seost kodukohaga, siis vene noored rõhutasid pigem, et tegemist on nende sünnikohaga.

Näiteks:

Küsimus: „Kas jääd pärast kesk- või kõrghariduse omandamist Ida-Virumaale elama? Miks?“

Vastus: „Jään küll. **See on minu maakond**, ma ei arva, et kuskil võib minu jaoks paremat kohta leida.“ (E)

Ida-Virumaad kirjeldati võrdselt nii vene kui eesti noorte poolt kui väikeste linnadega maakonda. Rahulikke väikelinnu nimetati mitmel juhul ka tulevikus maakonda naasmise põhjusena.

Näiteks:

Küsimus: „Kas jääd pärast kesk- või kõrghariduse omandamist Ida-Virumaale elama? Miks?“

Vastus: „Võimalik, et peale kõrghariduse omandamist tulen tagasi, kuna **Ida-Virumaal on väiksemad linnad ja rahulikum elu**.“ (E)

Mõned respondendid seostasid Ida-Virumaad vene keelega. Noored märkisid, et Ida-Virumaal kuuleb liiga palju vene keelt ning teenindusasutustes on riigikeelega raske hakkama saada. Loomulikult kurtsid seda vaid eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?“

Vastus: „Ei meeldi, et on palju huligaane, venelasi ja et **teenindusasutustes ja kaubamajades ei räägita minuga eesti keeles**.“ (E)

Üksikud vastajad mainisid Ida-Virumaast rääkides meeldivat keskkonda, halbu elutingimusi, odavat elu, ja häid sportimisvõimalusi. Kaks küsitletut vastandasid maakonna kirde- ja (lõunapoolseid) maapiirkondi, pidades ühtesid kohtadeks, kuhu sõbral elama asuda ei soovitaks, ning teisi meeldivateks paikadeks.

Näiteks:

Küsimus: „Kas soovitaksid Ida-Virumaad elukohaks sõbrale? Miks?“

Vastus: „Mitte kirdenurka, aga lõunapoolseid alasid küll.“ (E)

4. Probleemid (vt lisa 4, tabel 22)

Ida-Virumaa noored tajusid oma maakonna juures ka mitmeid kitsaskohti. Kõige enam peeti maakonnale omaseks suurt tööpuudust. Maakonnast lahkumise ühe põhjusena leidsid äramärkimist just nimelt raskused töö leidmisel. Töökohtade vähesus leidis äramärkimist nii eesti kui vene noorte seas, veidi enam mainisid seda eesti emakeelega vastajad.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas jääd pärast kesk- või kõrghariduse omandamist Ida-Virumaale elama? Miks?*“

Vastus: „*Pigem mitte. **Ida-Virumaal on raskem tööd leida** kui näiteks Tallinnas. Palgad väikesed, inimesi ei hinnata.*“ (V)

Ida-Virumaa küllaltki probleemseks omaduseks peetakse ka suurt kuritegevuse määra. Lisaks maakonnale omased võrdlemisi suure kuritegevuse taseme üldsõnalisele tõdemisele, nimetasid vastajad piirkonna ebameeldivate külgedena ka tapmiste ja vägivallatsemiste ning vandaalide, pättide, huligaanide jms rohkust. Ka kuritegevust rõhutasid rohkem eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Et siin on vähe, millega vabal ajal tegeleda ning osad asjad on kallimad kui Tallinnas. Ma mõtlen vaba aeg, kino jne. Kõik on siin ära ostetud! Ning raha pannakse tasku, aga ei ehitata lõpuni, kõik laguneb. Ehitatakse „konservikarpe“ poode juurde, mis on jube odavalt ehitatud ning kliima ja konditsioneer poodides ei tööta, siis on ebamugav seal liikuda. **Siin on nii palju tapmisi ja vägivallatsemisi, arstiabi on ka nigel.***“ (E)

Ida-Virumaa noored on üsna teadlikud maakonna halvast mainest kõrvaltvaatajate seas. Seda nähakse ühe maakonna kitsaskohana võrdselt nii eesti kui vene noorte seas.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Teistes maakondades elavate inimeste suhtumine.*“ (V)

Noorte vastustest ilmnes, et mitu respondenti seostab kodumaakonda halva teenindusega. Teeninduse ebaprofessionaalsust tõid esile vaid eesti emakeelega noored, kes tõdesid näiteks, et nad ei saa riigikeelega kaubanduskeskustes ja muudes asutustes hakkama.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Ei meeldi, et on palju huligaane, venelasi ja et **teenindusasutustes ja kaubamajades ei räägita minuga eesti keeles.***“ (E)

Kuigi välisringkondades peetakse Ida-Virumaad Eesti narkomaanide „kodupaigaks“, siis maakonna noored seda suureks probleemiks ei pea. Siiski mainisid seda kolm küsitletut (kelle seas kaks eesti ja üks vene emakeelega noor).

Näiteks:

Küsimus: „*Kas sinu arvamus Ida-Virumaast on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*Halvemuse suunas – **palju narkomaane, kuritegevust.***“ (V)

Noored seostasid maakonnaga ka veel selliseid murekohti nagu maakonna perspektiivitus, vene keelt kõnelejate diskrimineerimine, ebaõiglus, ebavõrdsus ja halb arstiabi. Vene rahvuse esindajate diskrimineerimist ning Ida-Virumaa perspektiivitust rõhutasid vaid vene noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas jääd pärast kesk- või kõrghariduse omandamist Ida-Virumaale elama? Miks?*“

Vastus: „*Loodan, et mitte. Ida-Virumaal ei ole tulevikku. Tema saatus on aeglane väljasuremine.*“ (V)

5. Saavutused ja võimalused (vt lisa 4, tabel 23)

Noored idavirumaalased ei näe oma maakonda sugugi vaid mustades toonides, vaid panevad tähele ka Ida-Virumaa viimase aja saavutusi ning märkavad tulevikuvõimalusi. Kõige enam

tõdesid noored, et nende kodumaakond areneb kiiresti – ehitatakse uusi hooneid, laiendatakse tegutsemisvõimalusi jne. Piirkonna arengut mainisid veidi enam vene noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas sinu arvamus Ida-Virumaast on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*Jah. Kõik on läinud paremuse poole. Tehakse asju juurde, laiendatakse silmaringi rohkem inimestele. Ehitiste juurde projekteerimine.*“ (E)

Mõned vastajad rõhutasid maakonna suurt potentsiaali, tõid esile hooldustööde paranemise, avatuse ja elatustaseme tõusu.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas sinu arvamus Ida-Virumaast on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*On muutunud. On märgata haljastuse arengut. Koristustöid tehakse rohkem, uued ilusad majad.*“ (E)

6. Geograafilised atribuudid (vt lisa 4, tabel 24)

Peamised geograafilised atribuudid, mis Ida-Virumaa noortel oma maakonnaga seostusid, olid selle väiksus ja hea asukoht (võrdselt nii eesti kui vene noorel). Leidsid ka üks vastaja (eesti emakeelega), kelle meelest on maakonna asukoht pigem halb.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Ida-Virumaa juures meeldib?*“

Vastus: „*Loodus, asend.*“ (V)

7. Hinnang maakonnale (vt lisa 4, tabel 25)

Lahtiste küsimuste vastuste kontentanalüüsi käigus püüdsin määrata ka noorte vastustes peegelduva hinnangu maakonnale. Ilmnes, et enamuse Ida-Virumaa noorte hinnang oma kodumaakonnale on neutraalne või pigem positiivne. Üsna võrdselt jaotusid ka maakonda tugevalt negatiivselt ja pigem negatiivselt hindavad küsitletud. Need kaks hinnangut ühitades selgub, et kõige enam on hoopiski oma maakonna suhtes negatiivse hoiakuga noori idavirumaalasi. Tugevalt positiivset hinnangut ei peegeldunud ühestki ankeedist. Vene noorte seas valitses pigem positiivne hinnang ning pea sama palju oli neutraalse hoiakuga vene emakeelega vastajaid. Eesti noorte vastustest ilmnes valdavalt neutraalne hoiak ning järgnes pigem negatiivne hinnang. Seega võib öelda, et Ida-Virumaa suhtes olid vene noored positiivsemalt meelestatud kui eesti noored.

5.3.2 Eesti

1. Riigi väline ilme (vt lisa 4, tabel 27)

Ida-Virumaa noored kirjeldasid Eestit väga ilusa loodusega riigina. Kohati kasutati oma kodumaa looduse iseloomustamiseks selliseid sõnu nagu võrratu, mõnus, metsik, rikkumata, kaunis. Noortele meeldis, et Eestis on väga palju metsa ning leiti, et riigis on looduse ja keskkonna eest hoolitsemine hästi korraldatud. Eesti kui kauni loodusega riigi kuvand näib olevat veidi rohkem levinud eesti noorte seas, sest nende vastustes oli seda enam mainitud.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures meeldib?*“

Vastus: „*Palju metsa, hoolitsetakse keskkonna eest.*“ (E)

Paljud küsitletud ei rääkinud vaid kodumaa looduse ilust, vaid rõhutasid, et Eesti on üdini ilus riik oma paljude vaatamisväärsuste ja rohkete ilusate kohtadega. Seda aspekti tõid esile valdavalt eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „Kas soovitaksid Eestit elukohaks sõbrale? Miks?“

Vastus: „Ma arvan küll. Kui ta seda ise soovib. **Eesti on üks ilusamaid riike, mis sellest, et väike, aga ilus.** Eesti on sobiv koht elamiseks inimesele, kes soovib rahulikumat elu, mitte nagu nt Saksamaa, Prantsusmaa jne.“ (E)

Eestimaa ilust rääkides ei jäänud noortel mainimata ka kaunid ja pidevalt arenevad linnad. Ka kodumaa ilusaid linnu rõhutasid pigem eesti noored ja rohkem üldsõnalisemalt. Vene noored märkisid pigem ära konkreetse linna Tallinna, mida nad väga kauniks pidasid.

Näiteks:

Küsimus: „Mis sulle Eesti juures meeldib?“

Vastus: „Ilus linn Tallinn.“ (V)

Kuigi vähe, kuid siiski, mainiti ka Eesti välise ilme puhul negatiivsemate külgedena mustust (üks eesti ja kaks vene noort) ja halbu teid (eesti noor).

Näiteks:

Küsimus: „Mis sulle Eesti juures ei meeldi?“

Vastus: „Väga must“ (V)

2. Elanikud (vt lisa 4, tabel 28)

Eesti elanikke ehk oma kaasmaalasi näevad noored idavirumaalased valdavalt positiivselt. 13 vastajat märkis, et Eestis meeldivad talle inimesed. Kaasmaalasi iseloomustati sõnadega sõbralikud, vastutulevad, abivalmid, lahked, toredad, ilusad jne. Sellistena nägid Eesti elanikke siiski enamasti eesti noored. Nii arvas vaid kaks vene emakeelega vastajat.

Näiteks:

Küsimus: „Mis sulle Eesti juures meeldib?“

Vastus: „Sõbralikud, vastutulevad inimesed.“ (E)

Kodumaa elanikega seostus võrdlemisi paljudele Ida-Virumaa noortele ka suur vene emakeelega inimeste osakaal. Loomulikult mainisid seda vaid eesti noored ning valdavalt negatiivse aspektina.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Vene keelt kõnelev rahvas.*“ (E)

Eestist rääkides tõid üsna paljud esile ka seose lähedaste ja kallite inimestega. Äramärkimist leidsid nii sõbrad, tuttavad, sugulased kui perekond. Ka seda aspekti mainisid valdavalt eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Kui sul oleks võimalus valida elukohaks ükskõik, milline riik, siis kas valiksid Eesti? Miks?*“

Vastus: „*Valiksin Eesti. Kuna Eesti on kodu ja siin on sõbrad ning sugulased.*“ (E)

Kuigi eelpool sai öeldud, et Ida-Virumaa noored pidasid oma kaasmaalasi toredateks ja meeldivateks inimesteks, siis leidus vastajate seas (küll poole vähem, aga siiski) ka neid, kes märkisid, et neile ei meeldi oma kodumaa juures (ebasõbralikud) inimesed. Seda mainisid nii eesti kui vene noored võrdselt. Sellise teatava vastuolu põhjuseks võib olla asjaolu, et vastajad jaotasid Eesti elanikud sõbralikeks ja ebasõbralikeks inimesteks ning ühte osa neist pidas riigi meeldivaks, teisi ebameeldivaks küljeks.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Inimesed, valitsus.*“ (V)

Eesti elanikest rääkides leidsid äramärkimist ka rahvuskaaslaste meeldivus (vaid eesti noorte poolt). Rõhutati, et oma kodumaa juures meeldivad neile just teised eestlased. Eesti noored tõid esile (üksikutel juhtudel, kuid siiski) ka riigi multikultuursust ja väikest elanikkonda.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures meeldib?*“

Vastus: „*Mitmekesisus, erinevad rahvused tulevad siia, pidevalt arenevad linnad.*“

(E)

3. Suhted (vt lisa 4, tabel 29)

Kuna uuringu läbiviimise hetkel (2007. aasta detsembris) oli sama aasta aprillis aset leidnud rahutustest möödas vaid veidi üle poole aasta, siis ei ole imeks panna, et ankeetides selle sündmuse tagajärjed veel kajastusid. Eestist rääkides tõid paljud vastajad esile suure rahvustevahelise vaenu ja killustatuse. Seda Eestile iseloomulikku aspekti rõhutasid nii eesti kui vene noored võrdselt.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Inimesed, linnad, suhted eestlaste ja mitte-eestlaste vahel.*“ (V)

Üsna suur osa vastajatest (valdavalt vene rahvuse esindajad) rõhutasid, et Eestis suhtutakse vene keelt kõnelejatesse halvasti.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Ei meeldi suhtumine vene keelt rääkivatesse kodanikesse.*“ (V)

Mitmed noored seostasid Eesti elanikkonnaga suurt ühtekuuluvust (valdavalt eesti noored) ja vene rahvusest elanike diskrimineerimist (vaid vene keelt kõnelevad noored).

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Ülbe riik. Esmapilgul tundub, et on avatud riik, aga ei ole. Ei lasta meil oma arvamust avaldada, vene keelt kõnelejatel pannakse suu kinni.*“ (V)

Küsimus: „*Kas soovitaksid Eestit elukohaks sõbrale? Miks?*“

Vastus: „*Jah, loomulikult. Eesti on väga sõbralik ja **kokkuhoidev**.*“ (E)

4. Eesti elukeskkonnana (vt lisa 4, tabel 30)

Eestist kui elukeskkonnast rääkides mainisid küsitletud noored häid elutingimusi ja mitmekesiseid võimalusi. Märkiti, et Eestis on kõik võimalused heaks eluks olemas, siin on piisavalt töökohti ja õppimisasutusi ning võimalusi enda arendamiseks. Oma kodumaad peeti heaks arengu- ja kasvukeskkonnaks. Nimetati ka Euroliiduga võrdväärset elatustaset. Eestit pidasid mitmekesiste võimaluste ja hea elu maaks suuremalt jaolt eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Kui sul oleks võimalik elukohaks valida ükskõik, milline riik, siis kas valiksid Eesti? Miks?*“

Vastus: „*Jah! Ilus, väike, **piisavalt eluks vajalikke asju (töökohad, elukohad on olemas)**. Turvaline.*“ (E)

Väga paljudele Ida-Virumaa noortele seostus Eestiga koheselt kodu. Toonitati, et Eesti on kodumaa ja seetõttu väga südamelähedane. Ka see aspekt kajastus valdavalt eesti emakeelega küsitletute vastustes.

Näiteks:

Küsimus: „*Kui sul oleks võimalik elukohaks valida ükskõik, milline riik, siis kas valiksid Eesti? Miks?*“

Vastus: „*Jah, valiksin küll. Kodumaa on mulle liiga kallis, et siit lahkuda.*“ (34 E)

Eestist rääkides nimetasid nii eesti kui vene noored samaväärselt riigi omadustena ka rahulikkust ja vaikust. Leiti, et rahuaarmastavale inimesele on Eesti vägagi sobilik elukoht.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas soovitaksid Eestit elukohaks sõbrale? Miks?*“

Vastus: „*Ma arvan küll. Kui ta seda ise soovib. Eesti on üks ilusamaid riike, mis sellest, et väike, aga ilus. Eesti on sobiv koht elamiseks inimesele, kes soovib rahulikumat elu, mitte nagu nt Saksamaa, Prantsusmaa jne.*“ (E)

Mitmed küsitletud seostasid Eestiga vahelduvat kliimat (nii eesti kui vene noored, kuid rohkem mainisid seda eesti emakeelega vastajad). Lisaks kliima vahelduvuse üldsõnalisele täheldamisele, märgiti ära ka soojad suved ja kaunid talved. Mõned vastajad märkisid ära küll riigile omase kliima, kuid pidasid selle vahelduvust pigem negatiivseks.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures meeldib?*“

Vastus: „*Suhteliselt ohutu, kõrge elatustase, soe suvi.*“ (V)

Oma kodumaad näevad noored idavirumaalased üsna turvalisena. Sedasi arvasid nii eesti kui vene noored pea võrdselt. Toodi esile, et Eestis on hea elada, kuna siin ei toimu sõdu ja puuduvad suuremad konfliktid. Eesti positiivseks küljeks pidasid mitmed vastajad ka seda, et siin ei leia aset suuri loodusõnnetusi. Turvalisuse mainimise alla arvasin ka need vastused, kus märgiti lihtsalt, et Eestis on kõik korras ja kontrolli all.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas soovitaksid Eestit elukohaks sõbrale? Miks?*“

Vastus: „*Arvatavasti küll, sest vähemalt siin ei toimu nii suuri konflikte kui teistes suuremates riikides.*“ (E)

Kuigi Eestit peeti mitmekesiste võimaluste ja heade elutingimuste maaks, leidus (küll kolm korda vähem, kuid siiski) ka neid, kelle meelest Eestis nii mõnedki vajalikud võimalused puuduvad. Võimaluste puudumist tõid enam esile vene noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Vähe võimalusi.*“ (V)

Oma kodumaa arvatakse olevat ka suure elukallidusega. Negatiivse aspektina rõhutati hindade pidevat tõusu. Eestit ei nähta ka kuigi edukana. Pigem tõdeti, et kodumaa võiks jõukam olla.

Mõned üksikud vastajad seostasid Eestit kui elukeskkonda ka hubasuse, mugavusega ja odava eluga ning pidasid siinset elu igavaks.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas su arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*Muutus halvemaks. Muutused suhted Venemaaga, poliitika muutus, hinnad tõusevad, palgad jäävad samaks.*“ (V)

5. Probleemid (vt 4, tabel 31)

Ida-Virumaa noored tajusid Eesti puhul ka mitmeid probleemseid kohti. Kõige enam märgiti madalaid palku või rõhutati, et teistes riikides on palju kõrgemad töötasud (valdavalt eesti noored). Madalad palgad leidsid eriti rohket äramärkimist seoses hindade tõusuga. Negatiivsena nähti seda, et elu muutub muudkui kallimaks, kuid palkade tase jääb samaks.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas su arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*Jaa, mida edasi, seda halvemaks. Hinnad tõusevad, palgad aga madalad, majandus justkui ei arene, ei meeldi ka see, et astusime EL-i.*“ (E)

Kodumaa kitsaskohtadeks pidasid eesti noored veel hoolimatut liikluskultuuri, piirkondade ebaühtlast arengut ja korruptsiooni.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Maakondade erinev arengutase.*“ (E)

Üksikutel juhtudel mainiti halbu teid, mittetoimivat prügimajandust, halba arstiabi ja loomade väärkohtlemist.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Mahajäänud maapiirkonnad, jõmlus, **prügimajandus.***“ (E)

6. Saavutused (vt 4, tabel 32)

Lisaks probleemide esiletoomise oskusele, olid noored idavirumaalased tähelepanelikud ka riigi saavutuste märkamisel. Paljud küsitletud nägid oma kodumaad väga (kiiresti) arenevana. Sellisena nägid oma kodumaad nii eesti kui vene keelt kõnelevad vastajad, kuid rohkem eesti noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Kui sul oleks võimalus valida elukohaks ükskõik milline riik, siis kas valiksid Eesti? Miks?*“

Vastus: „*Arvan, et jah. Üldiselt riik areneb, kõik vajalik on olemas või siis saavutatakse.*“ (V)

Üsna mitmed (vaid vene) noored kiitsid just Eesti tehnoloogilist arengut. Räägiti konkreetsemalt ka infotehnoloogiast.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures meeldib?*“

Vastus: „***Tehnoloogia kõrge arengutase, palju vaatamisväärsusi, puhtad linnad.***“ (V)

Paar (vaid eesti) noort tõi esile, et Eesti riik on hakanud rohkem tähelepanu pöörama keskkonnale ja loodushoiule. Üks eesti emakeelega respondent pidas saavutuseks üha hoogustuvat ehitustegevust.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas sinu arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*Jah on, sest Eesti on viimaste aastatega palju edasi arenenud. **Palju on hakatud tähelepanu pöörama loodusele ja ka noortele, ehitatakse igasuguseid hooneid.***“ (E)

7. Poliitiline tegevus, riigivõim (vt lisa 4, tabel 33)

Riigi kuvandist rääkides ei saa üle ega ümber poliitikast. Ka Ida-Virumaa noored tõid välja mitmeid oma kodumaaga seonduvaid aspekte just riigivõimu ja poliitika valdkonnast. Väga paljud vastajad tõdesid, et Eestis valitseb nõme poliitika. Toodi esile ka konkreetseid aspekte ebameeldivatest poliitilistest suundumustest, näiteks Vene koolide reform. Poliitikast arvas halvasti poole rohkem vene noori kui nende eesti emakeelega eakaaslasi.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Palju poliitilisi probleeme, mis segavad tavaelu.*“ (V)

Eesti riiki pidasid mitmed küsitletud üleolevaks, ülbeks ja ebaõiglaseks. Seda tõid esile nii eesti kui vene noored, kuid vene keelt kõnelevad vastajad veidi enam.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Ülbe riik. Esmapilgul tundub, et on avatud riik, aga ei ole. Ei lasta meil oma arvamust avaldada, vene keelt kõnelejalatel pannakse suu kinni.*“ (V)

Kuus noort seostasid Eestiga neile ebameeldivaid riigitegelasi ja poliitikuid. Nimetati ka konkreetseid isikuid nagu president ja peaminister. Siit tulenes erinevus eesti ja vene noorte vahel, kuna ükski eesti noor ei rõhutanud oma kodumaa poliitikuid nõmedateks, seda tegid vaid vene emakeelega vastajad.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Poliitika, rahvajuhtide suhtumine rahvasse.*“ (V)

Oma kodumaa juures ei meeldinud teatud hulgale Ida-Virumaa noortele riigi välispoliitika. Leiti, et suhted teiste riikidega on väga halvad. Neli respondenti rõhutas konkreetselt suhete

halvenemist Venemaaga. Kui välispoliitika ebameeldivust mainisid ka eesti noored, siis vaenu Venemaaga tõid esile vaid vene keelt kõnelevad küsitletud.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas sinu arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*Jah, muutus. Side Venemaaga on lõhutud.*“ (V)

Kolm eesti noort tõi aga esile, et Eesti on ennast tõsiseltvõetava riigina tõestanud.

Näiteks:

Küsimus: „*Kas sinu arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?*“

Vastus: „*Jah. On ennast tõsiseltvõetava riigina tõestanud.*“ (E)

Mõned vastajad nägid Eestit hooliva riigina (kaks eesti ja üks vene noor), teised jällegi hoolimatu riigina (üks eesti ja üks vene noor).

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Ei hoolita keskklassist ja töötegijatest.*“ (V)

Paarile vene keelt kõnelevale vastajale seostus Eestiga aga patriotism ja patrioodid.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures ei meeldi?*“

Vastus: „*Liiga patriootiline maa, kes põlgab teiste riikide abi.*“ (V)

8. Üldised tunnused (vt lisa 4, tabel 34)

Vastajad mainisid Eesti juures ka teatud üldiseid tunnuseid. Näiteks seostub oma kodumaaga Ida-Virumaa noortele riigi väiksus. Osade jaoks oli see meeldivaks küljeks, teised aga tõid selle esile põhjusena, miks nad riigist tulevikus lahkuda plaanivad. Riigi väiksust tõid esile enamasti eesti noored, suurem osa neist mainisid seda riigi meeldiva aspektina. Kui viis eesti

noort tõdesid, et nende kodumaa näib neile liiga väiksena, siis sedasi ei arvanud ükski vene noor.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures meeldib?*“

Vastus: „*Ilus, mugav, väike, kõik on kontrolli all.*“ (V)

Eestiga seostus paarile küsitl tule kaunis keel, huvitav kultuur ja ajalugu, ilus lipp ja kaunis pealinn. Ilusat keelt ja lippu tõid esile vaid eesti noored, pealinna ilu rõhutasid vaid vene noored.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures meeldib?*“

Vastus: „*Peaaegu, et kõik. Kuigi poliitika ja sellega kaasnevad asjad on nõmedad. Loodus, keel, rahvus, riik, lipp (sinimustvalge), ajalugu.*“ (E)

Üksikutel juhtudel mainiti head asendit ja laulupidusid.

Näiteks:

Küsimus: „*Mis sulle Eesti juures meeldib?*“

Vastus: „*Ühtekuuluvustunne, mida aeg-ajalt tunda saab, nt laulupeol.*“ (E)

9. Hinnang riigile (vt lisa 4, tabel 35)

Ida-Viru noorte vastustest peegeldus valdavalt pigem positiivne hinnang oma kodumaale. Järgnes tugevalt negatiivne hoiak, seejärel neutraalne ja pigem negatiivne hoiak. Kõige vähem anti riigile tugevalt positiivne hinnang. Eesti noorte hinnang oma riigile oli suures osas pigem positiivne, järgnes tugevalt positiivne hoiak. Vene noored hindavad oma kodumaad valdavalt tugevalt negatiivselt, veidi vähem oli neid, kes omasid pigem negatiivset hoiakut.

5. Diskussioon ja järeldused

Uuringu tulemuste põhjal saab öelda, et valitud metoodika õigustas ennast: töö annab põhjaliku ülevaate Ida-Virumaa ja Eesti kuvandist noorte idavirumaaalaste seas ning uurimisküsimused said vastatud. Samas ilmes ka üks kitsaskoht. Nimelt oleks võinud enne küsimustiku koostamist ennast põhjalikumalt kurssi viia 2006. aastal kaitstud Maarika Kirikmäe bakalaureusetöö raames läbi viidud küsitlusega. 2006. ja 2007. aasta kuvandite efektiivsemaks võrdlemiseks oleksid küsimused võinud suuremal määral kattuda, olla täpselt samuti sõnastatud ning identsete vastusevariantidega. Nimetatud lahknevused põhjustasid selle, et kõiki tulemusi ei saa käesoleva bakalaureusetöö raames päris üks-ühele võrrelda.

Kuigi olulised tendentsid said selle tööga kaardistatud, tuleb tõdeda, et kuna antud teema seostub suurel määral integratsiooniga (mis aga on ühe riigi elanike sotsiaalse turvatunde jaoks väga oluline), peaks enne põhjapanevate otsuste tegemist läbi viima laiahaardelisema uuringu, millest töö autor küll unistab, kuid mis bakalaureusetöö kirjutajale nii ajaliselt kui ressursside poolest üle jõu käib. Valim peaks olema suurem ja andetöötlusel tuleks kasutada statistilise andmetöötluse erinevaid võtteid.

Seega vajaks teema kindlasti põhjalikumat ning süvitsi uurimist, et teada saada konkreetsed imago formeerumise ja muutumise põhjused. Väga oluline oleks edaspidi keskenduda just sellele, miks Eesti imago kahes uurimisgrupis niivõrd erineb. See võimaldaks autori enda oletuste asemel toetuda uuringu poolt tõestatud tulemustele. Efektiivseks meetodiks põhjuste uurimisel oleks süvaintervjuud, mis plaanin oma magistratöö raames kindlasti läbi viia.

Uuringu tulemused ning nende võimalikud tõlgendused esitan alljärgnevalt uurimisküsimuste kaupa.

1. Milline on Eesti kuvand Ida-Virumaa noorte seas?

Üldiselt näevad Ida-Virumaa noored Eestit positiivselt. Eluga ollakse valdavalt rahul ning leitakse, et elu muutub paremuse suunas või jääb samaks. Muutusi peab negatiivseks vaid väike osa küsitletutest. Usun, et rahulolu ja muutuste positiivselt nägemise üheks põhjuseks võib olla (ka kontenanalüüsi tulemustest ilmnenu) kohaliku elu-olu järk-järguline paranemine ning maakonna areng, mida seostatakse kogu Eesti arenguga. Samuti on teada, et

paljud noored ei analüüsi tegelikult ühiskondlikke probleeme nii süvitsi, vaid toetuvad pigem avalikult levitatavatele seisukohtadele ja kujundavad oma arvamuse vastavalt neile. Seega on tõenäoline, et Eesti eluga ollakse rahul ja elu muutumist nähakse positiivsena seepärast, et uuringu läbiviimisele eelnenud viimase paari aasta jooksul toonitati meedias pidevalt Eesti suurt majanduskasvu, arengut ja „edulugu“. Oletan, et Eesti kuvand võib praegu olla muutunud halvemaks, kuna ajakirjanduses on rohkem kajastatud Eesti majanduse mõõnaperioodi, riigieelarve puudujääki jms.

Suurem osa Ida-Virumaa noortest tunneb Eesti üle uhkust ning üle poole vastanutest soovitaks Eestit elukohaks ka oma sõbrale. Uhkuse tundmine ja Eesti soovitamine sõbrale elupaigaks võib olla seotud juba eelnevalt välja toodud Eesti arengu ja majanduskasvuga. On loogiline, et kui oma kodumaa eluga ollakse rahul ja muutusi nähakse positiivselt, soovitatakse seda ka sõbrale ning tuntakse riigi üle uhkust.

Vastused Eesti valimise või mitte valimise kohta oma elukohaks, kui oleks võimalus valida ükskõik, milline riik, jagunesid pea võrdselt. Veidi enam oli neid, kes ei valiks. Säärast tendentsi võib põhjendada sellega, et kui eesti noorte seas oli erinevaid arvamusi, siis suurem osa vene noori vastas, et nad ei valiks võimalusel Eestit oma elukohaks. See kallutas ki keskmi st väheke mittevalimise suunas. Samuti tõdesid mitmed noored, et nad lihtsalt tahaksid katsetada ka teisi riike elukohtadena, see aga ei tähenda, et neile Eesti elukeskkonnana ei meeldiks.

Ka semantilise diferentsiaali tulemused näitavad, et Eestit näevad Ida-Virumaa noored positiivsetes toonides: oma kodumaad tajutakse areneva, oma, tõusva, puhta, killustatu ja värvilisena. Ainsa negatiivse tunnuse siin esineb killustatus. Selget seisukohta ei ilmnenu d dimensioonide *võrdne-üleolev* ja *jõuline-jõuetu* puhul. Nende puhul esines pea võrdselt erinevaid arvamusi, mistõttu kumbki sõnapaar suuresti domineerima ei hakanud. Siinkohal võib samuti eeldada, et eesti noored ei pea riiki üleolevaks, samas kui vene noortele tundub, et riigis toimub vene keelt kõnelejate rõhumine, mistõttu seostub neile Eestiga pigem omadussõna üleolev. *Jõuetu-jõulise* dimensiooni väike varieeruvus skaala keskpunktist võib tuleneda sellest, et vastajad lähtuvad vastates erinevatelt alustelt – kas siis kogu maailma mastaabist või siseriiklikult ning kas sõjaliselt, majanduslikult, arengu poolest, suhtlemisstiililt vms.

Avatud küsimuste kontentanalüüs üldjuhul kinnitas SD tulemusi. Lahtiste küsimuste sisuanalüüs paljastas samuti, et oma kodumaad peetakse väga arenevaks ning selle all mõeldi järjest parema elatustaseme saavutamist ja Eesti välise ilme järk-järgulist kenamaks muutumist. Semantilise diferentsiaali meetodi tulemustest ilmnes, et Eestit nähakse ka väga omana. Kontentanalüüs selgitas, et selle all peeti silmas eelkõige Eesti südamelähedust ja kodumaaks olemist ehk siis tajuti väga suurt seost riigiga. SD tulemustes domineerinud omadussõna „tõusev“ võib seostada riigi arenguga. Sisuanalüüs valgustas ka seda, miks nähakse Eestit killustatuna – seda ilmselgelt eesti ja vene kogukondade vaheliste pingete tõttu.

Esimene vastuolu kahe meetodi tulemuste vahel ilmneb seoses Eesti pidamisega puhtaks või mustaks riigiks. Kui semantilise diferentsiaali meetodi põhjal tuli välja, et vastajad seostasid Eestit omadussõnaga „puhas“, siis avatud küsimuste puhul kohtas mitmel korral arvamust, et Eesti on must ja saastunud. Nimetatud vasturääkivus võib tuleneda sellest, et need, kes semantilise diferentsiaali skaalal märkisid Eestiga seostuvaks omadussõnaks „puhta“, ei pidanud vajalikuks seda avatud küsimustes eraldi toonitada või tõid nad esile muid positiivseid külgi oma kodumaa juures. Samas nende mõnede arvamus, kes seostasid Eestit mustusega, võis olla nii tugev, et nad rõhutasid seda veel kord lahtiste küsimuste vastustes.

Kokkuvõtteks ilmnes ka sisuanalüüsi põhjal, et hinnang riigile oli üldiselt pigem positiivne. Eesti kuvand ehk riigi üldpilt uuritud noorte seas on järgnev: Eesti on kauni loodusega ja mitmekesiste võimalustega vastajatele südamelähedane ja kiiresti arenev kodumaa, kus valitseb suur rahvustevaheline vaen ja elavad toredad inimesed (vt lisa 4, tabel 38).

2. Milline on ja kuidas erineb Eesti kuvand eesti ja vene õppekeelega koolide abiturientide seas?

Eesti kuvandi uurimise puhul selgus, et eesti ja vene noored tajuvad oma kodumaad vägagi erinevalt: eesti noorte jaoks on riik palju positiivsem kui vene noorte jaoks. Eesti keelt kõnelevate abiturientide seas oli üle 4 korra rohkem kui vene noorte seas neid, kes valiksid Eesti oma elukohaks, kui neil oleks võimalus valida ükskõik, milline riik. Vene noorte seas aga oli 3 korda rohkem neid, kes Eestit ei valiks. Seega ei väärtusta vene noored Eestit elupaigana kuigi palju ega tunne riigiga suurt sidet. Küllap seetõttu, et nad tajuvad ennast siin oma kultuurilise ja keelelise eripära tõttu siiski võõrastena.

Eesti noored on kodumaa eluga rohkem rahul kui vene noored. Siin ilmnes suur erinevus: kui eesti keelt kõnelevate abiturientide seas oli valdav enamus eluga rahul, siis vene noorte seas arvasid nii vaid veidi üle pooled. Seda võib seletada samuti enda tundmisega võõrastena, aga ka sellega, et olles vähemuses oma kodumaal, võib vene keelt kõnelejatele tunduda, et neid rõhutakse: nad ei saa oma emakeelega kõikjal hakkama, nad peavad hea hariduse ja töökoha saamiseks oskama riigikeelt, neisse suhtutakse kui autsaideritesse jne.

Eesti noored on ka muutuste suhtes positiivsemalt meelestatud kui vene noored. Vene keelt kõnelevate abiturientide seas oli neli korda enam kui eesti keelt kõnelejate seas neid, kes arvasid, et Eesti elu muutub halvemaks. Enamik eesti noori tundsid kodumaa üle uhkust, samas kui vene noorte seas oli uhkust tundjaid vaid 1/3. Kui suurem osa eesti noori soovitas Eestit elukohaks sõbrale, siis vene noorte seas oli mittesoovitajaid rohkem kui soovitajaid. See kõik võib olla seotud paljude muude teguritega, kuid kontentanalüüsi põhjal saab väita, et paljuski ka aprillisündmustega. Vene noored mainisid sageli, et nende arvamuse muutumise põhjuseks on kas pronksöö, siinsete eestlaste ja venelaste vahelised suhted või suhete muutumine Venemaaga.

Semantilise diferentsiaali põhjal võib samuti öelda, et eesti noored näevad Eestit positiivsemalt kui vene noored. Eesti emakeelega abiturientide jaoks on kodumaa väga positiivne: väga oma, tõusev, avatud, kiire, arenev ja sõbralik. Selget arvamust ei kujunenud *ühtne-killustatud* dimensiooni puhul, oli nii neid, kes arvasid, et Eesti on ühtne, kui neid, kelle jaoks kodumaa on killustatud. Vene noorte pilt Eestist on suures osas pessimistlik, nende meelest on riik väga killustatud, üleolev, jõuetu, puhas ja arenev.

Kontenanalüüsi kinnitas eelnevaid järeldusi veelgi. Ka siit ilmnes, et Eesti noored tajuvad riiki positiivsemalt: seda nähakse eelkõige mitmekesiste võimaluste ja hea elu maana, kus ilus loodus, sõbralikud ja meeldivad inimesed, mis areneb ning kus kohtab suur rahvustevahelist vaenu (vt lisa 4, tabel 38a). Eesti emakeelega noored hindasid Eestit valdavalt pigem positiivselt. Ükski noor ei andnud tugevalt negatiivset hinnangut.

Ida-Virumaa vene noortele oli riigi üldpilt aga valdavalt negatiivne: Eestit peetakse nõmeda poliitika, ilusa looduse, väheste võimaluste ja ebameeldivate poliitikutega riigiks, kus suhtutakse vene keelt kõnelejatesse halvasti ning valitseb suur rahvustevaheline vaen (vt lisa

4, tabel 38b). Hoiak Eesti suhtes on vene noortel suures osas tugevalt negatiivne, ühelgi noorel ei olnud see tugevalt positiivne.

Kontentanalüüs tõestas veelkord, et eesti ja vene noorte kujutus oma kodumaast erineb üsna suurel määral. Ühine valdav seisukoht ilmnes vaid riigi kauni looduse ja suure rahvustevahelise vaenu koha pealt, mida tõdesid nii paljud eesti kui ka vene keelt kõnelevad noored. Eesti emakeelega abituriendid näiteks ei maininud kordagi ebaseaduslikke poliitiku ega pidanud Eesti puhul negatiivseks halbu suhteid Venemaaga. Kui Eesti sõbralikest inimestest rääkis suur osa eesti noori, siis vene noortest tõi seda esile vaid paar vastajat. Samuti rõhutasid vaid kolm vene noort, et Eesti on nende kodumaa ja seetõttu neile kallis ning südamelähedane. Loomulikult ei maininud ükski Ida-Virumaa vene keelt kõnelev noor, et Eestis on liialt palju vene rahvuse esindajaid, mida aga tõid esile paar paljud eesti noored.

Kuigi Eesti üldine kuvand noorte idavirumaalaste seas on positiivne, paljastus suur vastuolu eesti ja vene emakeelega noorte seas. Kui eesti noored näevad kodumaad positiivselt, siis vene noored üsna tugevalt negatiivselt. Säärane n-ö vaenlane oma ridades võib riigile suureks kahjuks tulla ja seda seepidist õõnestada. Seega oleks Eesti jaoks väga oluline viia läbi mainekujunduskampaania just oma venekeelse kogukonna seas.

3. Kas ja kuidas on Eesti kuvand maakonna noorte seas viimase aasta jooksul muutunud?

Antud uurimisküsimus sai vastatud respondentide eneserefleksiooni abil. Seega võib selle uurimisküsimuse vastus olla kaheldav sellest aspektist, et Ida-Virumaa noored ei pruugi olla ise oma arvamuse muutumisest ja selle suunast teadlikud või võivad väita ebatõest.

Pooled kõigist küsitletutest tõdesid, et nende arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud. 1/3-l respondentidest on arvamus samaks jäänud. Kuigi väga suurt erinevust arvamuse teisenemise suunas ei ilmnenu, oli küsitletute seas veidi rohkem neid, kes vastasid, et nende arvamus on muutunud halvemaks. Selle võis tingida asjaolu, et kui eesti noorte seas oli nii neid, kelle arvamus oli muutunud paremaks kui ka neid, kelle oma halvemaks, siis vene noorte arvamus oli valdavalt muutunud halvemaks. See kallutaski keskmist arvamuse halvemaks muutumise suunas. Vene noorte nägemus oma koduriigist võis olla selliselt ümber

kujunenud paljuski (ka kontentanalüüsist ilmenud) aprillisündmuste ja nende tagajärgede tõttu, millest olulisim on nende jaoks kahtlemata halvenenud suhtumine vene keelt kõnelejatesse. Nimetatud sündmused ja rahutused tõid kaasa olukorra, kus kõiki Eesti venelasi on hakatud nägema vandaalide, määrtsejate ja Eesti riigi sisemise julgeoleku õhnestajatena.

Kui Eesti noorte seas oli võrdselt neid, kelle arvamus oli muutunud ning kelle oma oli jäänud samaks, siis vene noorte seas oli pea poole rohkem neid, kelle arvamus oli teisenenud. Eesti keelt kõnelevate Ida-Virumaa noorte arvamus on muutunud paremaks, samas kui vene noorte arvamus Eestist just halvemuse suunas: eesti noorte seas oli kolm korda enam neid, kes vastasid, et nende arvamus on muutunud paremuse suunas. Vene keelt kõnelevate küsitletute seas aga oli neli korda rohkem neid, kelle arvamus oli muutunud halvemaks. Seega võib öelda, et kui vene noorte seas tõid viimase aasta jooksul aset leidnud muutused (k.a aprillisündmused ja selle tulemused) arvamuse muutumise halvemaks, siis eesti noored näevad oma riiki nüüd paremates toonides: sisuanalüüsist paljastus, et eesti emakeelega noored peavad kodumaad nüüd kallimaks ja tähtsamaks, ning nende jaoks on Eesti riik ja ka rahvuskaaslased ennast vägagi tõsiseltvõetavana tõestanud.

Kui ma enne uuringu läbiviimist eeldasin, et arvamuse muutumise põhjuseks on väga suurel määral pronksiöö, siis ilmnas, et see oli küll üks olulisim faktor, kuid siiski mitte ainus. Paljud vastajad nimetasid küll arvamuse muutumise põhjustena aprillisündmustega seonduvaid tegureid nagu näiteks valitsuse ja poliitikute ebameeldivust ja poliitikat, suhete muutumist Venemaaga ja riigisiseseid rahvustevahelisi suhteid, kuid aprillisündmuste kõrval toodi ühe peamise ajendina ka riigi kiire areng.

4. Milline on Ida-Virumaa kuvand maakonna noorte seas?

Läbiviidud uuringu tulemused näitasid, et Ida-Virumaa noored tajuvad oma maakonda üsna positiivselt. Eluga maakonnas ollakse pigem rahul kui mitte rahul. Piirkonnas toimunud muutusi näevad üle poole vastanutest meeldivatena. Kontentanalüüs selgitas, et nendeks positiivseteks muutusteks on noore jaoks näiteks uute ehitiste ehitamine, haljastuse areng, koristustööde paranemine, uute kaubanduskeskuste loomine ja järjest avarduvad võimalused. Vaid vähesed küsitletutest leidsid, et elu Ida-Virumaal muutub halvemaks.

Siiski ei soovi veidi üle poole maakonna noortest oma tulevikku Ida-Virumaaga siduda, vaid peavad paremaks sealt lahkuda. Selline hoiak näib minevat vastuollu maakonna üsna positiivse kuvandiga küsitletute seas. Säärast vastukäivust saab tõlgendada kontentanalüüsi tulemustega, mis näitasid, et paljud vastanud sooviksid küll maakonda jääda, kuid seal puuduvad nende jaoks sobivad õppimis- või töövõimalused. Seega ei pruugi lahkuda soovijad oma kodumaakonda halbades toonides tõlgendada, vaid nad näevad lihtsalt mujal enda jaoks paremaid võimalusi.

Ida-Virumaa soodsast kuvandist maakonna noorte seas annab aimu ka fakt, et enam kui pooled küsitletud on viimase 10 aasta jooksul aset leidunud muutuste tõttu Ida-Virumaa üle uhked. Kui noored tõdesid, et muutused on valdavalt positiivsed, siis ei ole imestada, et nad oma kodumaakonnas aset leidvast hästi arvavad ja selle üle uhked on.

Kontentanalüüsi tulemuste põhjal saab öelda, et Ida-Virumaa kuvand ehk maakonna üldpilt uuritud noorte seas on järgnev: Ida-Virumaa on kauni loodusega, kuid väheste ajaveetmise-, eneseteostus- ja õppimisvõimalustega kiiresti arenev rahulik, vaikne, igav ja üksluine maakond, kus valitseb tööpuudus ja elab palju vene keelt kõnelevaid inimesi (vt lisa 4, tabel 28). Hinnang maakonnale oli üldjoontes neutraalne.

Semantilise diferentsiaali meetod näitas, et maakonna noored tajuvad Ida-Virumaad oma, areneva ja avatuna. Kontentanalüüs paljastas, et noored pidasid maakonna kui „oma“ all silmas seda, et Ida-Virumaa on nende kodumaakond ning seal elavad nende lähedased ja neile kallid inimesed. SD alusel pidasid maakonna noored Ida-Virumaad arenevaks. Sisuanalüüsi põhjal võib järeldada, et noored arvasid nii, kuna Ida-Virumaa areneb iga aastaga, kerkivad järjest uued ehitised ja kaubakeskused, võimalused avarduvad jne. Kontentanalüüsi tulemustele tuginedes võib väita, et maakonna avatuse all mõeldi seda, et Ida-Virumaale on omane kakskeelne elanikkond ning see näitab, et piirkond on avatud kõigile, mitte ainult eesti emakeelega inimestele.

Maakonna imago elanike seas näib olevat eelkõige kujundanud tegelik olukord ja vahetu kogemus. Seega tuleks imago parandamiseks lahendada inimestele maakonna igapäevase elu juures muret tekitavad aspektid. Näiteks toodi esile ajaveetmisvõimaluste puudumine ja maakonna inetu välisilme (mustus, prügi, lagunevad hooned). Võimalusel tuleks luua

noortekeskusi ja laiendada tegutsemisvõimalusi. Samuti teha jõupingutusi Ida-Virumaa välise ilme parandamiseks.

Ida-Virumaa arengustrateegias rõhutati maakonna võrdlemisi suurt noorte inimeste osakaalu võrreldes muu Eestiga. Antud töö raames läbi viidud uuringu tulemused aga paljastasid, et suur osa (üle poole) küsimustikule vastanud noortest plaanis lähiajal (peale kooli lõpetamist) Ida-Virumaalt lahkuda. Seega peaks maakond võtma rakendusele meetmeid, et noorte inimeste väljaränne piirkonnast peatada.

Ilmnes, et isegi need, kes oleksid hea meelega Ida-Virumaale jäänud, pidid sellest mõttest loobuma, kuna tõdesid, et seal on raske tööd leida ja vähe õppimisvõimalusi. Seetõttu võiks maakonna valitsus keskenduda töökohtade juurde loomisele (tänapäevaks on seda ka juba tehtud Viru Vangla näol, kuhu isegi varem Ida-Virumaalt lahkunud noored tööle naasevad) ja lepingute sõlmimisele erinevate ülikoolidega kolledžite loomiseks Ida-Virumaale (praegu on Ida-Virumaal vaid 3-e kõrgkooli kolledžid) või ühe suure Ida-Virumaa kõrgkooli loomisele. Paljud noored ei ole ehk juba olemasolevatest õppimisvõimalustestki veel teadlikud, seega võiks läbi viia sellelaadse kampaania (ÕPI IDA-VIRUMAAL! vms).

5. Milline on ja kuidas erineb Ida-Virumaa imago eesti- ja vene õppekeelega koolide õpilaste seas?

Eesti ja vene noorte nägemus Ida-Virumaast ei erinenud väga suurel määral, erinevused olid üsna väikesed. Siiski võib öelda, et eesti emakeelega küsitatud on maakonna praeguse eluga veidi enam rahul. Samas näevad vene noored regioonis aset leidnud muutusi natuke positiivsemates toonides kui eesti noored. Eesti emakeelega abiturientide hulgas seevastu oli rohkem neid, kes usuvad, et elu Ida-Virumaal on jäänud samaks. Samas tunnevad nad maakonna üle veidi enam uhkust.

Sääraste tendentside põhjuseks võib olla asjaolu, et eesti noored on kogu aeg eluga maakonnas rahul olnud ja seda positiivselt näinud, samas kui vene emakeelega vastajate arvamus on just hiljuti ning tänu aset leidnud muutusele paranenud. Teisalt, võib asi olla selles, et kuna vene keelt kõnelev elanikkond võib maakonnas olla kehvemal järjel, siis tajuvad nemad elatustaseme paranemist kõige otsesemalt. Eesti noorte isiklik olukord pole niivõrd muutunud, kuid nad tunnevad maakonnas aset leidnud muutuste üle siiski uhkust, sest

on igal juhul nende tunnistajateks. Eesti keelt kõnelejate uhkus kodumaakonna üle võib olla seotud ka nende sügavamate juurte ja maakonna kodususe tajumisega (ollakse n-ö kodukohale lojaalsed).

Märgatav erinevus eesti ja vene noorte puhul ilmnes maakonda jäämise küsimuses. Eestlaste seas oli kaks korda rohkem neid, kes soovisid jääda, ja vene noorte seas rohkem neid, kes soovisid maakonnast lahkuda. Eestlaste seas domineeris lahkumise põhjusena tööpuudus, venelastel võimaluste ja perspektiivi puudumine. Vene noorte suuremat lahkumissoovi võib kontentanalüüsile tuginedes seostada nende tahtega üldse Eestist lahkuda, mis ilmnes Eesti kohta esitatud küsimuste vastustes. Lahkumissoov võib aga omakorda tuleneda Eestis viimase aasta jooksul pingestunud olukorrast ja rahvustevahelise vaenu suurenemisest.

Kontentanalüüs paljastas, et Ida-Virumaa vene noored kujutavad maakonda väheste õppimis-, ajaveetmise- ja eneseteostusvõimaluste ja ilusa loodusega kiirelt areneva rahuliku, vaikse, üksluse ja igava piirkonnana (vt lisa 4, tabel 28a). Vene noorte kujutluspilt oma kodumaakonnast oli valdavalt pigem positiivne. Eesti noorte teadvuses on Ida-Virumaa samuti ilusa looduse ja väheste ajaveetmise-, õppimis- ning eneseteostusvõimalustega, kuid suure vene keelt kõneleva elanikkonnaga rahulik ja vaikne kodukoht, mis areneb kiiresti (vt lisa 4, tabel 28b). Eesti noorte seas valitses maakonna suhtes neutraalne hoiak.

Lahtiseid küsimusi kontentanalüüsi meetodiga analüüsides ei ilmnunud samuti Ida-Virumaa eesti ja vene noorte maakonna kuvandi puhul väga suuri erinevusi. Üldjoontes oli pilt sama, nii eesti kui vene noored pidasid maakonnale iseloomulikuks ilusat loodust, rahulikkust ja vähesteid võimalusi. Erinevalt vene noortest, tekkis eesti emakeelega noortel seos vene keelt kõnelejate suure hulgaga ja oma kodukohaga. Vene noored aga märkisid oma Eesti eakaaslastest enam maakonna igavust ja üksluisust. Nemad mainisid ka maakonna kiiret arengut rohkem.

Semantilise diferentsiaali meetodi põhjal saab öelda, et eesti noored tajuvad Ida-Virumaad oma, peletava, üksluse ja killustatuna. Kontentanalüüsile tuginedes võib väita, et maakonda peetakse omaks, kuna seal on nende kodu ja neile lähedased inimesed. Noored on teadvustanud, et tegemist on nende kodumaakonnaga. Ida-Virumaa nägemist peletavana saab selgitada sisuanalüüsi tulemustega, et maakonnas on noortel igav ning tegevust vähe. Seetõttu võivad teised Eestimaa paigad neile ligitõmbavamad olla, eriti suurlinnad, kus

ajaveetmisvõimaluste vähesuse üle kurta ei saa. Paljudes vastustes mainitigi, et soovitakse minna Tallinnasse või Tartusse. Peletavana võidakse aga näha maakonda ka teiste inimeste jaoks, kuna maakonnal on teatavasti üsna negatiivne ja stereotüüpne maine.

Vene noorte jaoks on kodumaakond aga väga arenev, oma, avatud, tõusev ja ühtne. Kontentanalüüsi tulemustest ilmnes, et vene noored tõid oma eesti emakeelega eakaaslastest enam esile ehitustegevuse aktiveerumist maakonnas. Seega peetaksegi kodumaakonda arenevaks ehk seetõttu, et seal toimuvad silmaga nähtavad muutused linnapildis: kerkivad uued kaasaegsed ehitised ja kaubanduskeskused. Arenguga seotuna peavad nad maakonda ka tõusvaks. Selle teiseks põhjuseks võib olla ka sisuanalüüsi tulemusena ilmnenu fakt, et vene noored nimetasid maakonnal olevat suur potentsiaal. Ehk siis kui ta hetkel veel ei ole kõige arenenum piirkond Eestis, siis püüeldakse selle poole.

Ida-Virumaad tajuvad vene emakeelega noored erinevalt Eestist omana kindlasti seetõttu, et maakonnas on suur vene keelt kõnelev kogukond, mistõttu tunnevad nad end piirkonnas vähem võõrastena. Nad saavad seal hakkama oma emakeelega, neid ümbritsevad teised samasugused ning kuna seal on palju vene keelt kõnelejaid, ei suhtuta neisse kuidagi teisiti kui eesti emakeelega inimestesse, neid ei rõhuta nii palju töökohtade leidmisel ega ka niisama suheldes.

Vene keelt kõnelevad noored näevad maakonda ka avatuna. Usun, et selle põhjuseks võib olla juba eelnevalt mainitud Ida-Virumaa mitmekesine elanikkond, mis tõestab, et maakond ei ole avatud vaid eestlastele, vaid on tolerantne ka teise rahvuse esindajate suhtes. Ida-Virumaad peetakse ühtseks ehk seetõttu, et seal puudub nii suur eestlaste ja venelaste vaheline vastuolu: kuna seal on suur vene keelt kõnelev kogukond, siis ollakse üksteisega harjunud.

Eesti noorte jaoks on maakond eelkõige oma, peletav, üksluine ja killustatud. Sisuanalüüs paljastas, et Ida-Virumaad nähakse oma kodumaakonnana ja kodukohana, kus elavad nende lähedased. Seetõttu ongi maakond neile nii oma. Peletavana võidakse piirkonda näha mitmel põhjusel, mis ka kontenanalüüsist ilmnes. Esiteks, toodi eesti emakeelega noorte poolt mitmel korral esile Ida-Virumaa kõrge kuritegevuse määra, mis on ehk hirmutav ja peletav. Teiseks, erinevate võimaluste puudumine ning viimaks ka maakonna halb maine, mis võib olla peletav just kõrvaliste isikute jaoks. Ehk siis seetõttu ei juleta seda kohta eriti külastada, rääkimata sinna kolimisest.

Ida-Virumaa üksluisena nägemise taga on kindlasti just ajaveetmisvõimaluste puudus. Noored tõdesid, et neil pole seal midagi teha ja tihtipeale on väga igav. Vene keelt kõnelejate suure osakaalu ja sellest tuleneva rahvustevaheliste probleemide ning konfliktide tõttu tajutakse piirkonda killustatuna.

6. Kas ja kuidas on Ida-Virumaa kuvand maakonna noorte seas viimase aasta jooksul muutunud?

Kui võrrelda Ida-Virumaa kuvandit 2006. ja 2007. aastal, siis saab öelda, et suures osas pole maakonna imago muutunud. Samas aga pole see püsinud ka täiesti staatilisena. Kuigi hinnang elu muutmisele on jäänud pea samaks, ilmnes vastustest, et 2007. aastal peeti regioonis aset leidnud muutusi veidi enam negatiivseks kui 2006. aastal. Siiski ei saa siit suuri järeldusi teha, kuna 2006. aastal ei antud abiturientidele vastusevarianti, et elu on jäänud samaks, mille 2007. aastal valis päris suur hulk küsitletutest.

2006. aastal soovis küsitluse vastuste põhjal maakonnast lahkuda rohkem noori kui 2007. aastal. Selle muutuse põhjuseks võib pidada viimase aasta jooksul Ida-Virumaal aset leidnud arenguid (uued asutused, ehitused, puhtam üldpilt jne), mida paljud küsitletud ka ise nimetasid. See, et kodumaakonnas leiavad aset meeldivad muutused ning arengud, võibki olla pannud noori Ida-Virumaale jäämise kasuks otsustama.

Noorte idavirumaaelaste enesefleksioonist oma arvamuse muutumise kohta, ilmnes, et üle pooltel on arvamus jäänud samaks. Kontentanalüüsi tulemuste põhjal saab väita, et selle põhjuseks on asjaolu, et elu maakonnas ei ole just suurel määral muutunud ja valdavalt on kõik ikka vanaviisi. Siiski vastas ligi $\frac{1}{3}$ vastajatest, et nende arvamus on muutunud paremaks, avatud küsimuste sisuanalüüsile tuginedes on selle taga maakonna areng, olukorra paranemine, uute ehitiste ja kaubakeskuste ehitamine, elatustaseme paranemine, maakonna puhtamaks muutumine, pronksiööd ja rahvustevahelised vastuolud. Kuna siin tekib väike vastuolu elu mittemuutumise ja paljumainitud maakonna arengu vahel, siis võib oletada, et arvamuse mittemuutumist kallutasid selliseks just maakoolide õpilaste vastused. Kui linnades võib tõepoolest muutusi ka tänavapildis märgata, siis maakohtades ei ole areng nii kiire ja silmanähtav.

2006. ja 2007. aasta uuringu semantilise diferentsiaali tulemuste võrdlemisel, ilmnes, et domineerivad samad dimensioonid (arenev, tõusev, oma, killustatud). Seega maakonna üldine kuvand on valdavalt samasugune. Siiski on veidi muutunud kuvand eesti ja vene noorte seas eraldi vaadelduna. Kui 2006. aastal pidasid eesti emakeelega vastajad Ida-Virumaad omaks, arenevaks, tõusvaks ja killustatuks, siis 2007. aastal nägid nad maakonda omana, peletavana, üksluse ja killustatuna. Ehk siis on nende kujutus kodumaakonnast muutunud negatiivsemaks: Ida-Virumaaga seonduvate omadussõnade eesotsas olid ülekaalus hukkamõistvad omadused.

Eesti noorte üldpildi muutumist maakonnast võisid suuresti mõjutada aprillirahutused, see pööras nende tähelepanu vene keelt kõneleva elanikkonna rohkusele Ida-Virumaal ja sellest tulenevale võimalikule ohule säärase rahutuste ajal. Nagu ka üks vastaja avatud küsimustes toonitas: „*Pärast aprillirahutusi muutus [arvamus], sest ka Jõhvis vandaalitseti, mis oli väga kole ja hirmutav. Ja arvamus on muutunud halvemuse poole, sest Ida-Virumaa tase langeb (eelkõige moraalne osa).*“ Vastustest ilmneb, et Ida-Virumaa nägemine peletava ja killustatuna võib tuleneda maakonna noorte hirmutavast kogemusest seoses sündmusega, mille tunnistajaks nad 26. ja 27. aprillil olema pidid. Nad tunnetavad nüüdsest seal piirkonnas elades teatud ohtu, kuna maakonnas elab ühe vastaja sõnadega öeldes „*väga palju sellist rahvast, kes läheb provokatsioonidega kaasa*“. Kindlasti ei saa aprillirahutusi pidada ainsaks kuvandi muutumise põhjuseks, kuid kindlasti üheks neist.

Maakonna kuvand vene noorte seas ei ole nii kardinaalselt muutunud. 2006. aastal oli maakond nende meelest eelkõige oma, arenev, kasvav ja tõusev. 2007. aastal aga arenev, oma, avatud ja tõusev. Seega on imago püsinud positiivsena, muutunud on vaid üks piirkonnaga seostuv omadussõna.

7. Kuidas on omavahel seotud ja kuidas erinevad Eesti ja Ida-Virumaa kuvand?

Antud töö raames rakendatud erinevate uurimismeetodite tulemuste põhjal saab öelda, et Eesti kuvand on Ida-Virumaa noortel positiivsem kui Ida-Virumaa imago. Siinkohal erines kardinaalselt eesti ja vene noorte nägemus: vene noored nägid positiivsemalt Ida-Virumaad, eesti noored aga Eesti riiki. Seega olid Eesti ja Ida-Virumaa imago erineva emakeelega noortel otse vastupidises seoses: eesti noored tajuvad oma kodumaad väga positiivselt ning oma kodumaakonda veidi negatiivsemalt kui vene noored, samas kui vene keelt kõnelevad

küsitletud nägid Eestit negatiivselt ja Ida-Virumaad positiivsemalt kui nende eesti emakeelega eakaaslased.

Ilmnes, et vene noored tunnevad kodumaakonnaga suuremat sidet kui kogu Eestiga. Sellise tendentsi põhjuseks võib pidada asjaolu, et Ida-Virumaal tunnevad nad end kodusemalt. Maakonnas on vene rahvuse esindajad ülekaalus ning seetõttu on vene keele kasutamine ja vene keelt kõnelevad kaasmaakondlased väga tavapärane nähtus nii teeninduses, ametiasutustes kui ka tänavapildis. Ülejäänud Eestis vastupidi, suhtutakse venelastesse kui soovimatutesse sissetungijatesse (ehk siis mitte just kõige tolerantsemalt ja pigem distantseeruvalt)). Neil on raskusi töö leidmisega, nad ei saa oma emakeelega igapäevaselt hakkama, vaid on sunnitud ära õppima eesti keele. Seetõttu tunnevad nad end riigis rõhutute ja võõrastena.

8. Millised on peamised imago formeerumist mõjutavad aspektid piirkonna kuvandi puhul?

Kontentanalüüsi tulemustele tuginedes saab öelda, et piirkonna imago formeerumisel elanike seas mängivad suurt rolli 1) võimaluste mitmekesisus (kas elukohas on olemas erinevad õppimisvõimalused ja piisavalt töökohti) 2) areng (inimene peab tajuma, et koht ei seisa paigal, vaid läheb kogu ühiskonna arenguga kaasa ja elanike olukord muutub järjest paremaks), 3) kaaselanikud ja omavahelised suhted, 4) elatustase, 5) elukeskkond ning 6) piirkonna väline ilme.

Maakonna kuvandit mõjutavad eelkõige töö-, ajaveetmis- ja õppimisvõimalused ning riigi mainet elatustase. Analüüsist ilmnes, et poliitika ja poliitikud on riigi imago suured kujundajad, mis maakonna puhul aga üldse rolli ei mängi. Ükski küsitletu ei maininud, et talle ei meeldi näiteks Ida-Virumaa maavanem või maakonna poliitiline suunitlus, kuid paljud tõdesid poliitikute või poliitika ebameeldivust Eesti puhul.

Kokkuvõtteks võib öelda, et piirkonna sisemise imago määrab enamuses vahetu kogemus ehk reaalne olukord. Kui inimestel on endal olemas teadmine, kuidas olukord konkreetsetes kohas on, ei mõjuta tema nägemust sellest piirkonnast eriti palju see, mis pingutusi riigi-, linna- või maavalitsus maine parandamiseks teeb või kolmandatest allikatest tulev info. Seega enne mainekujunduskampaania läbiviimist (või selle kampaania raames) peaks keskenduma sellele,

kuidas saaks tegelikku olukorda paremaks muuta. See muudab ka piirkonna kuvandit elanike seas positiivsemaks.

Huvitava aspektina ilmnas, et koha imagot kohalike elanike seas mõjutab ka selle tajumine, kuidas teised sinu elukohta näevad, mida sellest arvavad. Teada on, et sisemine imago mõjutab välist imagot, kuid selle töö raames paljastus ka vastupidine seos. Paljud noored tõid Ida-Virumaa puhul esile, et neile ei meeldi maakonna halb maine ja kõrvaliste isikute suhtumine Ida-Virumaasse.

Käesoleva bakalaureusetöö raames läbi viidud uuringu tulemused tõestavad üsna ehedalt erinevate imagoteooriate paikapidavust.

Kinnitust leiab mitmete teoreetikute tõdemus, et imago ei ole midagi säärast, mida selle omaja ise vastavalt oma soovidele loob ja kontrollib. Imago tekib inimeste teadvuses ning on subjektiivne ettekujutus teatud nähtusest. See kujuneb ka siis kui selleks eraldi vastavaid pingutusi pole kuvandi omaja poolt tehtud. Seda tõestab asjaolu, et Ida-Viru maavalitsusel puudub otseselt oma elanikele suunatud mainekujundusstrateegia, kuid maakonna noortel oli oma kuvand kodumaakonnast täiesti olemas. Ning kuigi Ida-Viru maavalitsus sooviks, et piirkonna kuvand oleks võimalikult positiivne, ei saa pelgalt suhtekorralduse abil seda sääraseks kujundada. Tuleb tegeleda ka paljude muude kuvandit mõjutavate teguritega.

Tulemused tõestavad, et imago kujuneb mitme teguri koosmõjus – rolli mängivad nii otsene kogemus, imago omaja enda saadetavad sõnumid kui ka kolmandatest allikatest pärinev teave. Uuringu raames küsitletud noorte kuvand oma kodumaakonnast näis olevat kujunenud peamiselt vahetu kogemuse tulemusena, kujutluspilti Eestist näisid aga olevat mõjutanud suurel määral ka kolmandatest allikatest pärit info ja riigi enda poolt saadetud kommunikatsioonisõnumid. Seda tõestab fakt, et uuritavatel puudusid otsesed kokkupuuted Eesti poliitikute ja poliitikaga, kuid see näis suurel määral riigi kuvandit mõjutavat.

Uuring kinnitas ka Bromley (1993) väidet, et kuvandid mõjutavad suuresti inimeste otsuseid ja käitumist. Paljud uuritavad noored tõdesid, et plaanivad näiteks Ida-Virumaalt lahkuda ega soovitaks seda sõbrale. Nii arvasid paljuski need samad noored, kel oli maakonnast negatiivne kujutlus.

Tulemuste põhjal saab öelda, et Bromley (1993) ja Dowlingu (2001) seisukoht, et ühel nähtusel saab olla väga palju erinevaid imagoid, pidas ka selle uuringu raames paika. Kuigi saime ülevaate Ida-Virumaa ja Eesti üldisest kuvandist noorte seas, ilmnes, et erinevad noored nägid asja paljudes aspektides ka üsna erinevalt. Näiteks oldi paljudes küsimustes vastupidistel arvamustel.

Dowling (2001) rõhutab, et töötajate tajudel võib olla otsene mõju sellele, kuidas kõrvalised isikud organisatsiooni tajuvad. Seda väidet saab väga edukalt kohandada ka piirkonna imagole - uuringu tulemusest ilmnes, et koha imago kohalike elanike seas mõjutab ka selle tajumine, kuidas teised sinu elukohta näevad, mida sellest arvavad. Nimelt tõid paljud noored Ida-Viru maakonna ebameeldiva küljena esile tema ebasoodsa maine.

Ka käesolevast uurimusest selgus, et imago on seotud inimeste väärtuste ja kultuuriga ning erineb subkultuurides nagu väidavad mitmed teoreetikud. Selgus, et eesti ja vene noortel on üsna erinevad arusaamad oma kodumaast ja –maakonnast. Väga kardinaalselt erinev oli vene ja eesti emakeelega vastajate kujutluspilt Eestist.

Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö „Eesti ja Ida-Virumaa kuvand Ida-Virumaa noorte seas“ eesmärk oli anda ülevaade Eesti ja Ida-Virumaa imagost Ida-Viru regiooni eesti ja vene emakeelega noorte seas.

Töö raames viidi läbi uurimus viie Ida-Virumaa gümnaasiumi abiturientide seas. Valmisse kuulusid 38 vene ja 39 eesti emakeelega noort. Uurimustöös rakendati põhiuurimismeetodina Osgoodi poolt välja töötatud ja Aune Pasti poolt Eesti oludele kohandatud semantilise diferentsiaali skaalat. Lisaks viidi läbi formaliseeritud küsimustik, mille avatud küsimusi analüüsiti kontentanalüüsi meetodiga.

Ida-Virumaa noored näevad Eestit nii SD tulemuste kui ka kontentanalüüsi põhjal valdavalt positiivselt. Suuresti erines eesti ja vene noorte nägemus oma kodumaast. Vene noored nägid Eestit palju negatiivsemates toonides kui nende eesti eakaaslased. Poolte küsitletute arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud ning üldiselt on see muutunud pea võrdselt nii paremuse kui halvemuse suunas. Üheks oluliseks arvamuse ja kuvandi muutumise teguriks oli kindlasti pronksiöö, kuna paljud vastajad tõid kas otseselt selle või sellega seotud asjaolud (tagajärjed, näiteks suhete halvenemine Venemaaga, rahvustevaheline vaen, poliitika vedas alt jne) põhjuseks.

Tuleb tõdeda, et eesti ja vene noorte arvamus oma kodumaast on väga erinev ja vene keelt kõnelejatel on see palju negatiivsem. Seetõttu tuleks keskenduda Eesti kuvandi parandamisele just vene keelt kõnelejate silmis, alustada tuleks Eesti imago tutvustamisest tema enda mitte-eestlastest elanikele, kelle väärarusaamad ning pessimistlik hoiak võivad lõppkokkuvõttes Eestile kõige rohkem kahju tuua.

Ida-Virumaa kuvand oli küsitletute seas samuti pigem positiivne. Ning see ei erinenud eesti ja vene keelt kõnelevate abiturientide seas nii suurel määral. Siiski tajuvad vene noored oma kodumaakonda veidi positiivsemalt kui nende eesti emakeelega eakaaslased. Maakonna kuvand Ida-Virumaa noorte seas üldiselt ei ole viimase aasta jooksul eriti muutunud, vaid on suures osas jäänud samaks. Muutunud on see vaid eesti noortel ja halvemuse suunas.

Antud tööst ei ilmnenu, mis võiksid olla Eesti ja Ida-Virumaa kuvandi ja arvamuse nii suure lahknevuse põhjuseks eesti ja vene noorte seas. Võib küll teha oletusi, kuid efektiivsem oleks seda teemat edasi uurida just selle nurga alt, miks sellised eriarvamused on tekkinud. Plaanin teemat edasi arendada oma magistritöös, kus uuriksin süvaintervjuudega eriarvamuste kujunemise tagamaid ning looksin käesoleva töö ja intervjuude tulemustele tuginedes Ida-Virumaale mainekujundusstrateegia.

Summary

The Image of Estonia and Ida-Viru County among the young of Ida-Viru County

The purpose of this bachelor's thesis was to research and analyse different image elements of Estonia and Ida-Viru County among Estonian and Russian secondary school graduates of Ida-Viru County. The second objective was to find out whether these images differ among various native language speakers and how they have changed over the past year.

The paper consists of six chapters. The first one gives an overview of different theoretical discourses that explain the concept of image, the image formation process and its importance. The second chapter describes Estonian population and Estonia as a transitional society. The third part of the thesis includes background information about general state of Ida-Viru County and an overview of relevant strategies concerning the image of the county. Research methods, research questions and a more accurate description of the object of the study are explained in chapter four. The results of the research as well as a comparative analysis of Estonians and Russians are presented in chapter five. The last part of the thesis lists the main conclusions.

The study methods used for the empirical part were Osgood's semantic differentiation (SD) and a formalized questionnaire. The open questions of the questionnaire were analysed with the methodology of content analysis.

The results of different methods revealed that the image of Estonia is all in all, positive. It came out that Estonian and Russian speaking students of Ida-Viru County see Estonia differently. The comparison between two national groups showed that the image of Estonia is much more positive among Estonian students.

Changes in the image of Estonia were regarded through self-reflection of the respondents. It appeared that half of those questioned had changed their views on Estonia over the past year. There was an equal number of those, among the Estonian youth, whose opinions have changed and those whose views have remained the same, while the opinions of Russian youth have changed considerably. The viewpoints of those who speak Estonian as a mother tongue

have changed for the better, while the views of Russian speakers tend to have changed for the worse. The major factor in the change of the image lies in April riots, since a number of respondents mentioned it explicitly or made reference to it in connection with justifying their change in attitudes (e.g. consequences, the deterioration of relations with Russia, international hostility, poor politics etc).

In conclusion, it seems that the views on the home country are significantly different among the Estonian and Russian youth and that tends to be more negative in the case of Russian speakers. Therefore, one should concentrate on improving the image of Estonia primarily among Russian speakers, starting by implementing changes among Russians living in Estonia, whose pessimism and misconception could be disastrous for Estonia in the long run.

The outcome of this research is that the image of Ida-Viru County is quite positive. In addition, it did not differ considerably among the school-leavers of Estonian and Russian speakers. The image of the county has not changed radically among the adolescents of Ida-Viru County but has instead remained more or less the same. However, it has changed little among Estonian youth for the worse.

The thesis did not clarify what could the main reasons for different attitudes towards the images of Estonia and Ida-Viru County among Estonian and Russian youth be. Despite the fact that those reasons may be speculated, it would be more effective to research into the topic more thoroughly through this particular angle, trying to find out where such different opinions originate from. The topic will be discussed further in great depth in my Master's thesis, where the cause of different attitudes will be studied through interviews. In addition, I aim to create strategies for improving the image of Ida-Viru County.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Boorstin, Daniel J. (1961). The Image. A Guide to Pseude-Events in America. New York: Harper and Row.
- Bromley, D. B. (1993). Reputation, Image and Impression Management. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Bachmann, Talis. (2005). Reklaamipsühholoogia. Tallinn: Ilo.
- Brüggemann, K & Kasekamp, A. (2008). Ajaloopoliitika ja „monumentide sõda“ Eestis. Rmt: Petersoo, P & Tamm, M. (koost.). Monumentaalne konflikt: mälu, poliitika ja identiteet tänapäeva Eestis. Tallinn: Kirjastus Varrak, 70-91).
- Dolphin, R. R. (2001). The Fundamentals of Corporate Communications. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Dowling, G. (2001). Creating Corporate Reputations. Identity, Image and Performance. Oxford: Oxford University Press.
- Fombrun, C. J. (1996). Reputation. Realizing Value from the Corporate Image. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Ida-Virumaa üldinfo. <http://www.ida-virumaa.ee/index.php?tab=blocks/review.php&lang=est§ion=0&sub=0>. Vaadatud 8. aprillil 2008.
- Ida-Virumaa arengustrateegia 2005-2013. (2005). <http://www.ida-virumaa.ee/blocks/development/arengustrateegia/1.htm>. Vaadatud 8. aprillil 2008.
- Kalmus, V. (2003). „Is Interethnic Integration Possible in Estonia?“. Ethno-political Discourse of Two Ethnic Groups. In Discourse & Society. London: SAGE Publications, 667- 696.

- Kalmus, V. & Vihalemm, T. (2006). Distinct Mental Structures in Transitional Culture: An Empirical Analysis of Values and Identities in Estonia and Sweden. JBS, VOL XXXVII, NO 1. (Spring 2006), 94-119.
- Kirikmäe, Maarika. (2006). Pilootuuring Ida-Virumaa imago maakonna eesti ja vene koolilõpetajate seas. Bakalaureusetöö.
- Kotler, Philip. (2002). Kotleri turundus. Tallinn: Pegasus.
- Markkanen, T-R. (1998). Corporate Identity: a Process of Strategic Interpretation in an MNC. Helsinki: HeSE print.
- Masso, A. & Vihalemm, T. & Vihalemm, P. (2004). Eesti kujunev keeleruum. Rmt.: Kalmus, V., Lauristin, M. & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 72.
- Masso, I. (2007). Pronksmees ja ajalooline enesekriitika. Rmt: Petersoo, P & Tamm, M. (koost.). Monumentaalne konflikt: mälu, poliitika ja identiteet tänapäeva Eestis. Tallinn: Kirjastus Varrak, 248-250).
- Past, A. (2005). Juhtimine ja suhtekorraldus. Meelespealilledega tass. Tallinn: Kirjastus Pegasus.
- Past, A. (2006). Imago ja mainekujundus. Käsikirjaline loengukonspekt kevadsemestrist 2006. TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Past, A. (2007). Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas. Tallinn: Äripäeva Kirjastus.
- Past, A. & Vihalemm, P. (2004). Euroopa Liidu imago Eestis enne ja pärast euroreferendumit. Rmt.: Kalmus, V., Lauristin, M. & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 184.

- Rahvastik soo, rahvuse ja maakonna järgi, 1. jaanuar. (2007). http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=RV0222&ti=RAHVASTIK+SOO%2C+RAHVUSE+JA+MAAKONNA+J%C4RGI%2C+1%2E+JAANUAR&path=../Database/Rahvastik/01Rahvastikunaitajad_ja_koosseis/04Rahvaarv_ja_rahvastiku_koosseis/&lang=2. Vaadatud 19. märtsil 2008.
- Rahvusvähemused ja rahvuskultuur Eestis. (2007). <http://www.meis.ee/est/etnilinevahemus>. Vaadatud 19. märtsil 2008.
- Rannut, M. (2007). Integratsioonist Eestis. Rmt: Petersoo, P & Tamm, M. (koost.). Monumentaalne konflikt: mälu, poliitika ja identiteet tänapäeva Eestis. Tallinn: Kirjastus Varrak, 287-289).
- Raudsepp, M. (2008). Vimma ja lepituse hääled pronkssõduri ümber: internetifoorumite analüüs. Rmt: Petersoo, P & Tamm, M. (koost.). Monumentaalne konflikt: mälu, poliitika ja identiteet tänapäeva Eestis. Tallinn: Kirjastus Varrak, 155-188).
- Riiklik programm „Integratsioon Eesti ühiskonnas 2000-2007“. (2000). <http://www.riik.ee/saks/ikomisjon/programm.htm>. Vaadatud 19. märtsil 2008.
- Schultz, M, Hatch M. J & Larsen M. H. (2000). The Expressive Organization. Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand. Oxford: Oxford University Press.
- Timak, R. (1969). Sisuanalüüsi meetodist ja selle rakendamisest ajalehes. Diplomitöö. Tartu: Tartu Riiklik Ülikool, eesti keele kateeder.
- Vihalemm, P. & Lõhmus, M. & Jakobson, V. (2004). Ühiskond meediaruumis: traditsiooniline meedia. Rmt.: Kalmus, V., Lauristin, M. & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 133-134.

LISA 1. Küsimustik eesti keeles.

Hea vastaja!

Teie ees on küsimustik, mille abil hinnatakse Eesti ja Ida-Virumaa kuvandit. Vastused on anonüümsed ja neid esitatakse peale analüüsimist vaid üldistatud kujul. Tulemuste põhjal valmib bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse- ja kommunikatsiooni instituudis.

Edu!

Kumb igast sõnapaarist ja mil määral kirjeldab Teie tundeid Teie kodumaakonna Ida-Virumaa suhtes? Palun märkige tabeli **igal real ristikesega** see vastusevariant, mis sobib Teie tunnetega Ida-Virumaa suhtes kõige paremini. Kolm vasakpoolset tulpa näitavad vasakpoolse, kolm parempoolset parempoolse omaduse kehtivust erineva intensiivsusega.

Näiteks kui teile tundub, et Ida-Virumaa on väga oma, märkige ristike vasakpoolsesse lahtrisse nr 1, kui keskmiselt oma, siis vasakpoolsesse lahtrisse nr 2, kui veidi oma, siis vasakpoolsesse lahtrisse nr 3, kui ei oma ega võõras, siis märkige rist keskmisse lahtrisse, kui väga võõras, siis märkige rist paremalt esimesse lahtrisse, kui keskmiselt võõras, siis paremalt teise lahtrisse ja kui veidi võõras, siis paremalt kolmandasse lahtrisse. Igasse ritta märkige palun ainult üks rist.

kiire								aeglane
oma								võõras
värviline								hall
avatud								suletud
jõuetu								jõuline
soe								külm
kahanev								kasvav
arenev								paigalseisev
üleolev								võrdne
tõusev								langev
üksluine								mitmekesine
turvaline								ohtlik
peletav								ligitõmbav
puhas								määrdunud
ebasõbralik								sõbralik
killustatud								ühtne

1. Mis teile Ida-Virumaa juures meeldib?

.....

.....

.....

2. Mis teile Ida-Virumaa juures ei meeldi?

.....

.....

.....

3. Kas Teie arvamus Ida-Virumaast on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?

.....

.....

.....

4. Kui on muutunud, siis kuidas?

.....

.....

.....

5. Kas jääte pärast kesk- või kõrghariduse omandamist Ida-Virumaale elama? Miks?

.....

.....

.....

6. Kas soovitakse Ida-Virumaad elukohaks sõbrale? Miks?

.....

.....

.....

7. Kas olete rahul eluga Ida-Virumaal?

1. Jah, kindlasti
2. Üldiselt küll
3. Pigem mitte
4. Kindlasti mitte

8. Kas Teie arvates on elu Ida-Virumaal muutunud paremuse või halvemuse suunas?

1. Paremus suunas
2. Jääb samaks, midagi ei muutu
3. Halvemuse suunas
4. Ei tea, ei oska öelda

9. Mõeldes tagasi viimasel 10 aastal toimunud muutustele, kas tunnete uhkust Ida-Virumaa üle?

1. Jah, kindlasti
2. Üldiselt küll
3. Pigem mitte
4. Kindlasti mitte

Ja nüüd palun vastake küsimustele Eesti kohta.

Kumb igast sõnapaarist ja mil määral kirjeldab Teie tundeid Eesti suhtes? Palun märkige tabeli **igal real ristikesega** see vastusevariant, mis sobib Teie tunnetega Eesti suhtes kõige paremini. Kolm vasakpoolset tulpa näitavad vasakpoolse, kolm parempoolset parempoolse omaduse kehtivust erineva intensiivsusega.

kiire								aeglane
oma								võõras
värviline								hall
avatud								suletud
jõuetu								jõuline
soe								külm
kahanev								kasvav
arenev								paigalseisev
üleolev								võrdne
tõusev								langev
üksluine								mitmekesine
turvaline								ohtlik

peletav								ligitõmbav
puhas								määrdunud
ebasõbralik								sõbralik
killustatud								ühtne

1. Mis teile Eesti juures meeldib?

.....

.....

.....

2. Mis teile Eesti juures ei meeldi?

.....

.....

.....

3. Kas Teie arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud? Miks?

.....

.....

.....

4. Kui on muutunud, siis kuidas?

.....

.....

.....

5. Kui teil oleks võimalus valida elukohaks ükskõik milline riik, siis kas valiksite Eesti? Miks?

.....

.....

.....

6. Kas soovitaksite Eestit elukohaks sõbrale? Miks?

.....

.....

.....

7. Kas olete rahul Eesti eluga?

1. Jah, kindlasti
2. Üldiselt küll
3. Pigem mitte
4. Kindlasti mitte

8. Kas Teie arvates on elu Eestis muutunud paremuse või halvemuse suunas?

1. Paremus suunas
2. Jääb samaks, midagi ei muutu
3. Halvemuse suunas
4. Ei tea, ei oska öelda

9. Mõeldes tagasi viimasel 10 aastal toimunud muutustele, kas tunnete uhkust Eesti üle?

1. Jah, kindlasti
2. Üldiselt küll
3. Pigem mitte
4. Kindlasti mitte

Teie sugu: M / N

Teie emakeel: eesti keel / vene keel

Kool:

LISA 2. Küsimustik vene keeles.

Дорогой опрашиваемый!

Перед Вами анкета, с помощью которой оценивают имаго Эстоний и Ида-Вирумаа. Ответы анонимные и их представлять будут после анализа только в обобщенной форме. По результатам готовится работа бакалавра в Тартуском Университете в журналистическо-коммуникационном институте.

Удачи!

Которое определение из каждой пары слов и в какой степени характеризует Ваши чувства к вашему родному региону Ида-Вирумаа? *Поставьте, пожалуйста, крестики в соответствующих клеточках также, как Вы это делали в предыдущей таблице.*

	Очень точно	Средне	В небол- ьшой степени	Ни то, ни другое	В небол- ьшой степени	Средне	Очень точно	
Быстрое								Спокойное
Свое								Чужое
Цветное								Серое
Открытое								Закрытое
Беспомощное								Сильное
Теплое								Холодное
Уменьшающееся								Растущее
Развивающееся								Застойное
Надменное								Равное
На подъеме								На спаде
Однообразное								Многообразное
Безопасное								Опасное
Отталкивающее								Привлекательное
Чистое								Грязное
Недружелюбное								Дружелюбное
Разобщенное								Единое

1. Что вам нравится в Ида-Вирумаа?

.....

.....

.....

2. Что вам не нравится в Ида-Вирумаа?

.....

.....

.....

3. Ваше мнение об Ида-Вирумаа за последнее время изменилось? Почему?

.....

.....

.....

4. Если изменилось, то как?

.....

.....

.....

5. Вы останетесь жить после среднего или высшего образования в Ида-Вирумаа? Почему?

.....

.....

.....

6. Посоветовали бы вы Ида-Вирумаа своему другу как место жительства? Почему?

.....

.....

.....

7. Довольны ли вы своей жизнью в Ида-Вирумаа?

1. Да, конечно
2. Вообще да
3. Скорее нет
4. Обязательно нет

8. Как вы думаете, жизнь в Ида-Вирумаа меняется в лучшую или в худшую сторону?

1. В лучшую
2. Остаётся той же
3. В худшую
4. Не знаю, не могу сказать

9. Если задуматься об изменениях за последние 10 лет, чувствуете ли вы гордость за Ида-Вирумаа?

1. Да, конечно
2. Вообще да
3. Скорее нет
4. Конечно нет

И теперь пожалуйста ответте на вопросы об Эстонии

Которое определение из каждой пары слов и в какой степени характеризует Ваши ощущения отношении Эстонского государства? *Поставьте, пожалуйста, кретики в соответствующих клеточках также, как Вы это делали в предыдущей таблице.*

	Очень точно	Средне	В небол- ьшой степени	Ни то, ни другое	В небол- ьшой степени	Средне	Очень точно	
Быстрое								Спокойное
Свое								Чужое
Цветное								Серое
Открытое								Закрытое
Беспомощное								Сильное
Теплое								Холодное
Уменьшающееся								Растущее
Развивающееся								Застойное
Надменное								Равное
На подъеме								На спаде
Однообразное								Многообразное
Безопасное								Опасное
Отталкивающее								Привлекательное
Чистое								Грязное
Недружелюбное								Дружелюбное
Разобщенное								Единое

1. Что вам нравится в Эстонии?

.....

.....

.....

2. Что вам не нравится в Эстонии?

.....

.....

.....

3. Ваше мнение об Эстонии за последнее время изменилось? Почему?

.....

.....

.....

4. Если изменилось, то как?

.....

.....

.....

5. Если у вас была бы возможность выбрать местом жительства любую страну, вы бы выбрали Эстонию? Почему?

.....
.....
.....

6. Посоветовали бы вы Эстонию своему другу местом жительства? Почему?

.....
.....
.....

7. Довольны ли вы своей жизнью в Эстонии?

1. Да, конечно
2. Вообще да
3. Скорее нет
4. Конечно нет

8. Как вы думаете, жизнь в Эстонии меняется в лучшую или в худшую сторону?

1. В лучшую
2. Остается той же
3. В худшую
4. Не знаю, не могу сказать

9. Если задуматься об изменениях за последние 10 лет, чувствуете ли вы гордость за Эстонию?

1. Да, конечно
2. Вообще да
3. Скорее нет
4. Конечно нет

Ваш пол М Ж

Ваша национальность эстонец русский

Школа

LISA 3. Semantilise diferentsiaali tulemused.

Tabel 1. Eesti imago ida-virumaa vene emakeelega noorte seas.

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
killustatud	2,45	1,55	1,67
üleolev	3,16	0,84	1,53
jõuetu	3,37	0,63	1,48
puhas	3,37	0,63	1,48
arenev	3,45	0,55	1,63
ebasõbralik	3,63	0,37	1,62
turvaline	3,63	0,37	1,46
külm	4,37	0,37	1,73
tõusev	3,66	0,34	1,66
mitmekesine	4,32	0,32	1,40
aeglane	4,21	0,21	1,47
võõras	4,21	0,21	1,65
värviline	3,79	0,21	1,63
peletav	3,84	0,16	1,42
suletud	4,13	0,13	1,56
kasvav	4,03	0,03	1,76

Tabel 2. Eesti imago ida-virumaa eesti emakeelega noorte seas.

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
oma	1,95	2,05	1,02
tõusev	2,54	1,46	0,85
avatud	2,54	1,46	0,99
kiire	2,56	1,44	1,07
arenev	2,56	1,44	1,16
sõbralik	5,36	1,36	0,96
värviline	2,77	1,23	1,18
mitmekesine	5,05	1,05	1,15
soe	2,97	1,03	1,11
puhas	3,03	0,97	0,99
ligitõmbav	4,90	0,90	1,16
jõuline	4,77	0,77	1,22
võrdne	4,74	0,74	1,31
turvaline	3,31	0,69	1,32
kasvav	4,64	0,64	1,27
ühtne	4,05	0,05	1,15

Tabel 3. Eesti imago Ida-Virumaa noorte seas.

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
arenev	3,38	1,00	1,52
oma	3,06	0,94	1,77
tõusev	3,09	0,91	1,42
puhas	3,19	0,81	1,26
killustatud	3,26	0,74	1,63
värviline	3,27	0,73	1,50
mitmekesine	4,69	0,69	1,32
avatud	3,32	0,68	1,53
kiire	3,38	0,62	1,52
turvaline	3,47	0,53	1,39
sõbralik	4,51	0,51	1,58
ligitõmbav	4,38	0,38	1,40
kasvav	4,34	0,34	1,55
soe	3,66	0,34	1,60
jõuline	4,08	0,08	1,52
võrdne	3,96	0,04	1,63

Tabel 4. Ida-Virumaa imago Ida-Virumaa noorte seas

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
oma	2,82	1,18	1,53
arenev	3,14	0,86	1,72
avatud	3,49	0,51	1,57
tõusev	3,64	0,36	1,58
peletav	3,68	0,32	1,65
üksluine	3,73	0,26	1,80
soe	3,84	0,16	1,57
määratud	4,16	0,16	1,39
hall	4,13	0,13	1,71
killustatud	3,91	0,09	1,57
sõbralik	4,08	0,08	1,66
jõuline	4,06	0,06	1,52
kahanev	3,95	0,05	1,72
turvaline	3,97	0,03	1,65
võrdne	4,03	0,03	1,39
aeglane	4,01	0,01	1,36

Tabel 5. Ida-Virumaa maine vene noorte seas

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
arenev	2,68	1,32	1,61
oma	2,71	1,29	1,52
avatud	3,18	0,82	1,54
tõusev	3,37	0,63	1,79
ühtne	4,45	0,45	1,39
turvaline	3,71	0,29	1,66
ebasõbralik	4,29	0,29	1,94
soe	3,76	0,24	1,87
jõuline	4,21	0,21	1,53
kasvav	4,18	0,18	1,72
ligitõmbav	4,16	0,16	1,75
aeglane	4,16	0,16	1,37
üleolev	3,84	0,16	1,35
hall	4,08	0,08	1,89
mitmekesine	4,08	0,08	1,91
määratud	4,08	0,08	1,42

Tabel 6. Ida-Virumaa maine eesti noorte seas.

	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standardhälve
oma	2,92	1,08	1,55
peletav	3,21	0,79	1,42
üksluine	3,38	0,62	1,65
killustatud	3,38	0,62	1,58
arenev	3,59	0,41	1,73
kahanev	3,72	0,28	1,70
määratud	4,23	0,23	1,37
ohtlik	4,23	0,23	1,61
avatud	3,79	0,21	1,56
võrdne	4,21	0,21	1,44
hall	4,18	0,18	1,54
kiire	3,87	0,13	1,36
sõbralik	3,87	0,13	1,32
tõusev	3,90	0,10	1,31
jõuetu	3,92	0,08	1,53
soe	3,92	0,08	1,24

LISA 4. Tabelid

Tabel 1a. Valimi moodustumine koolide lõikes 1

Kool	Vastajate arv	Protsent valimist
Aseri Keskkool	5	6,5 %
Iisaku Gümnaasium	13	16,9 %
Jõhvi Gümnaasium	14	18,2 %
Jõhvi Vene Gümnaasium	25	32,5 %
Kohtla-Järve Gümnaasium	20	26,0 %
Kokku	77	100,0 %

Tabel 1b. Valimi moodustumine koolide lõikes 2

Kool	Vastajate arv	Protsent valimist
Maakool	18	23,4 %
Linnakool	59	76,6 %
Kokku	77	100,0 %

Tabel 1c. Valimi jaotumine emakeele alusel

Emakeel	Vastajate arv	Protsent valimist
Eesti keel	39	50,6 %
Vene keel	38	49,4 %
Kokku	77	100,0 %

Tabel 1d. Valimi jaotumine sugude lõikes

Sugu	Vastajate arv	Protsent valimist
Mees	30	39 %
Naine	47	61 %
Kokku	77	100 %

Tabel 2. Rahulolu eluga Ida-Virumaal

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah, kindlasti	3	7,7 %	2	5,3 %	5	6,5 %
Üldiselt küll	25	64,1 %	21	55,2 %	46	59,7 %
Pigem mitte	10	25,6 %	13	34,2 %	23	29,9 %
Kindlasti mitte	1	2,6 %	2	5,3 %	3	3,9 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 3. Elu muutumine Ida-Virumaal

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Paremuse suunas	22	56,4 %	24	63,1 %	46	59,7 %
Jääb samaks	12	30,8 %	9	23,7 %	21	27,3 %
Halvemuse suunas	2	5,1 %	2	5,3 %	4	5,2 %
Ei tea, ei oska öelda	3	7,7 %	3	7,9 %	6	7,8 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 4. Hinnang elu muutumisele Ida-Virumaal 2006. ja 2007. aastal

	<i>% eesti õpilastest 2006</i>	2007	<i>% vene õpilastest 2006</i>	2007	<i>Kokku protsent 2006</i>	2007
Paremuse suunas	78 %	56,4 %	85 %	63,1 %	71,6 %	59,7 %
Jääb samaks	-	30,8 %	-	23,7 %	-	27,3 %
Halvemuse suunas	7,2 %	5,1 %	10 %	5,3 %	8,6 %	5,2 %
Ei oska öelda	9,7 %	7,7 %	5 %	7,9 %	7,4 %	7,8 %

Tabel 5. Uhkuse tundmine Ida-Virumaa üle

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah, kindlasti	8	20,5 %	6	15,8 %	14	18,2 %
Üldiselt küll	20	51,3 %	17	44,7 %	37	48,1 %
Pigem mitte	9	23,1 %	10	26,3 %	19	24,7 %
Kindlasti mitte	2	5,1 %	5	13,2 %	7	9,1 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 6. Kas jääte pärast kesk- või kõrghariduse omandamist Ida-Virumaale?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah	8	20,5 %	4	10,5 %	12	15,6 %
Ei	14	35,9 %	26	68,4 %	40	51,9 %
Ei oska öelda	15	38,5 %	6	15,8 %	21	27,3 %
Jättis vastamata	2	5,1 %	2	5,3 %	4	5,2 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 7. Ida-Virumaale jäämine 2006. ja 2007. aastal

	<i>% eesti õpilastest</i>		<i>% vene õpilastest</i>		<i>Kokku protsent</i>	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Jätkata Ida-Virumaal	4 %	20,5 %	12,5 %	10,5 %	8,6 %	15,6 %
Jätkata mujal	80 %	35,9 %	72,5 %	68,4 %	76,5 %	51,9 %
Ei oska öelda	15 %	38,5 %	15 %	15,8 %	14,8 %	27,3 %

Tabel 8. Kas teie arvamus Ida-Virumaast on viimase aasta jooksul muutunud?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah	12	30,8 %	17	44,7 %	29	37,7 %
Ei	27	69,2 %	16	42,1 %	43	55,8 %
Jättis vastamata	-	-	5	13,2 %	5	6,5 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 9. Kuidas on teie arvamus Ida-Virumaast muutunud?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Paremuse suunas	9	23,1 %	14	36,8 %	23	29,9 %
Halvemuse suunas	3	7,7 %	2	5,4 %	5	6,5 %
Ei ole muutunud	27	69,2 %	16	42,1 %	43	55,8 %
Jättis vastamata	-	-	6	15,7 %	6	7,8 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 10. Kas soovitaksite Ida-Virumaad elukohaks oma sõbrale?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah	18	46,2 %	18	47,4 %	36	46,7 %
Ei	14	35,9 %	15	39,5 %	29	37,7 %
Ei oska öelda	4	10,2 %	4	10,5 %	8	10,4 %
Jättis vastamata	3	7,7 %	1	2,6 %	4	5,2 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 11. Rahulolu eluga Eestis

	<i>Eesti</i>	<i>% eesti</i>	<i>Vene</i>	<i>% vene</i>	<i>Kokku</i>	<i>Kokku</i>
	<i>õpilaste</i>	<i>õpilastest</i>	<i>Õpilaste</i>	<i>õpilastest</i>	<i>õpilased</i>	<i>protsent</i>
	<i>arv</i>		<i>arv</i>			
Jah, kindlasti	12	30,8 %	3	7,9 %	15	19,5 %
Üldiselt küll	26	66,6 %	19	50,0 %	45	58,4 %
Pigem mitte	1	2,6 %	14	36,8 %	15	19,5 %
Kindlasti mitte	-	-	2	5,3 %	2	2,6 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 12. Elu muutumine Eestis

	<i>Eesti</i>	<i>% eesti</i>	<i>Vene</i>	<i>% vene</i>	<i>Kokku</i>	<i>Kokku</i>
	<i>õpilaste</i>	<i>õpilastest</i>	<i>õpilaste</i>	<i>õpilastest</i>	<i>õpilased</i>	<i>protsent</i>
	<i>arv</i>		<i>arv</i>			
Paremuse suunas	29	74,3 %	21	55,2 %	50	64,9 %
Jääb samaks	4	10,3 %	5	13,2 %	9	11,7 %
Halvemuse suunas	2	5,1 %	9	23,7 %	11	14,3 %
Ei tea, ei oska öelda	4	10,3 %	3	7,9 %	7	9,1 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 13. Hinnang elu muutumisele Eestis 2006. ja 2007. aastal

	<i>% eesti õpilastest</i>		<i>% vene õpilastest</i>		<i>Kokku protsent</i>	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Paremuse suunas	67,1 %	74,3 %	82,5 %	55,2 %	75,3%	64,9 %
Jääb samaks	-	10,3 %	-	13,2 %	-	11,7 %
Halvemuse suunas	9,8 %	5,1 %	5 %	23,7 %	7,4 %	14,3 %
Ei oska öelda	21,9 %	10,3 %	12,5 %	7,9 %	17,3 %	9,1 %

Tabel 14. Uhkuse tundmine Eesti üle

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah, kindlasti	17	43,6 %	1	2,7 %	18	23,4 %
Üldiselt küll	19	48,7 %	12	31,6 %	31	40,3 %
Pigem mitte	2	5,1 %	17	44,7 %	19	24,7 %
Kindlasti mitte	1	2,6 %	8	21,0 %	9	11,7 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 15. Kas valiksite elukohaks Eesti kui võiksite valida ükskõik millise riigi?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah	24	61,5 %	5	13,2 %	29	37,6 %
Ei	8	20,5 %	24	63,2 %	32	41,6 %
Ei oska öelda	5	12,9 %	5	13,2 %	10	13,0 %
Jättis vastamata	2	5,1 %	4	10,4 %	6	7,8 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

Tabel 16. Kas teie arvamus Eestist on viimase aasta jooksul muutunud?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah	17	43,6 %	22	57,9 %	39	50,6 %
Ei	17	43,6 %	11	28,9 %	28	36,4 %
Ei oska öelda	2	5,1 %	-	-	2	2,6 %
Jättis vastamata	3	7,7 %	5	13,2 %	8	10,4 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

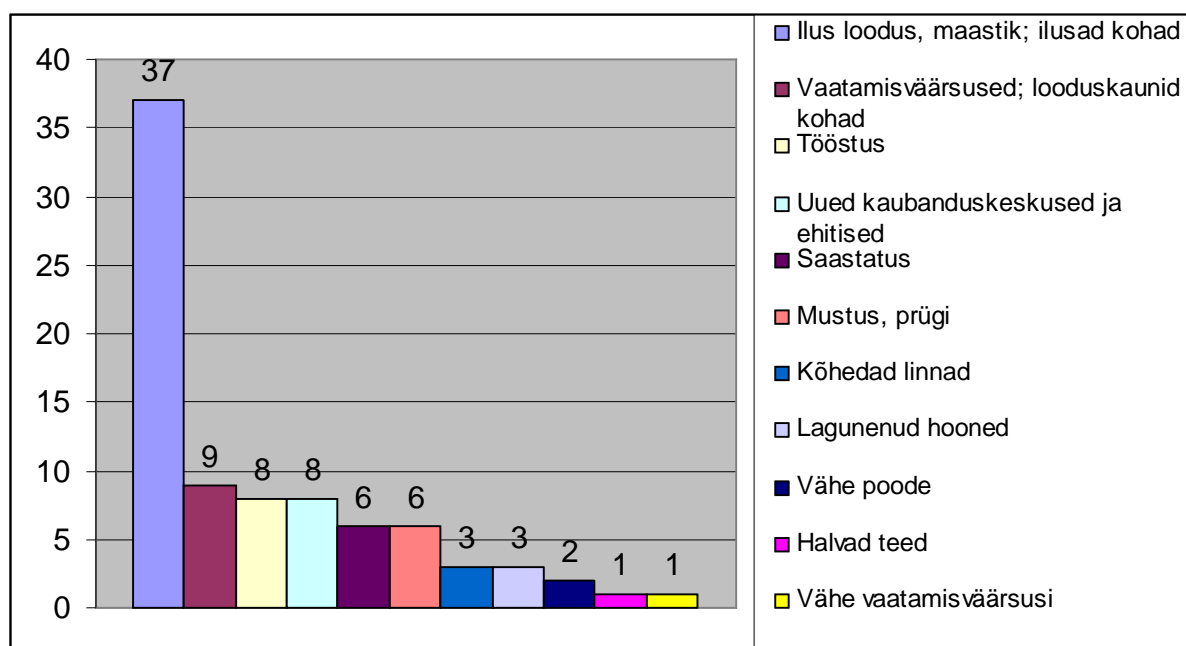
Tabel 17. Kuidas on teie arvamus muutunud?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Paremuse suunas	13	33,3 %	4	10,5 %	17	22,1 %
Halvemuse suunas	4	10,3 %	16	42,1 %	20	26,0 %
Ei ole muutunud	16	41,0 %	12	31,6 %	28	36,3 %
Jättis vastamata	6	15,4 %	6	15,8 %	12	15,6 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

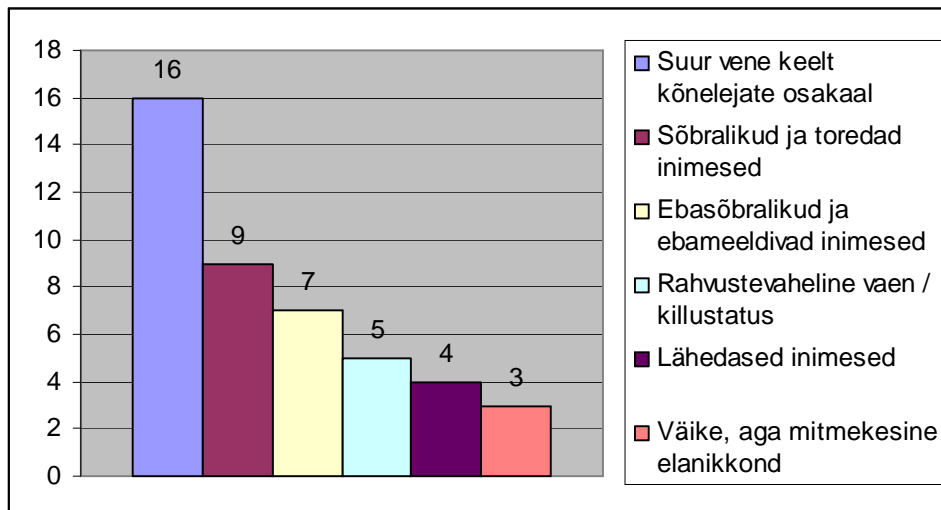
Tabel 18. Kas soovitaksid Eestit elukohaks oma sõbrale?

	<i>Eesti õpilaste arv</i>	<i>% eesti õpilastest</i>	<i>Vene Õpilaste arv</i>	<i>% vene õpilastest</i>	<i>Kokku õpilased</i>	<i>Kokku protsent</i>
Jah	35	89,7 %	11	28,9 %	46	59,7 %
Ei	-	-	15	39,5 %	15	19,5 %
Ei oska öelda	3	7,7 %	8	21,1 %	11	14,3 %
Jättis vastamata	1	2,6 %	4	10,5 %	5	6,5 %
Kokku	39	100,0 %	38	100,0 %	77	100,0 %

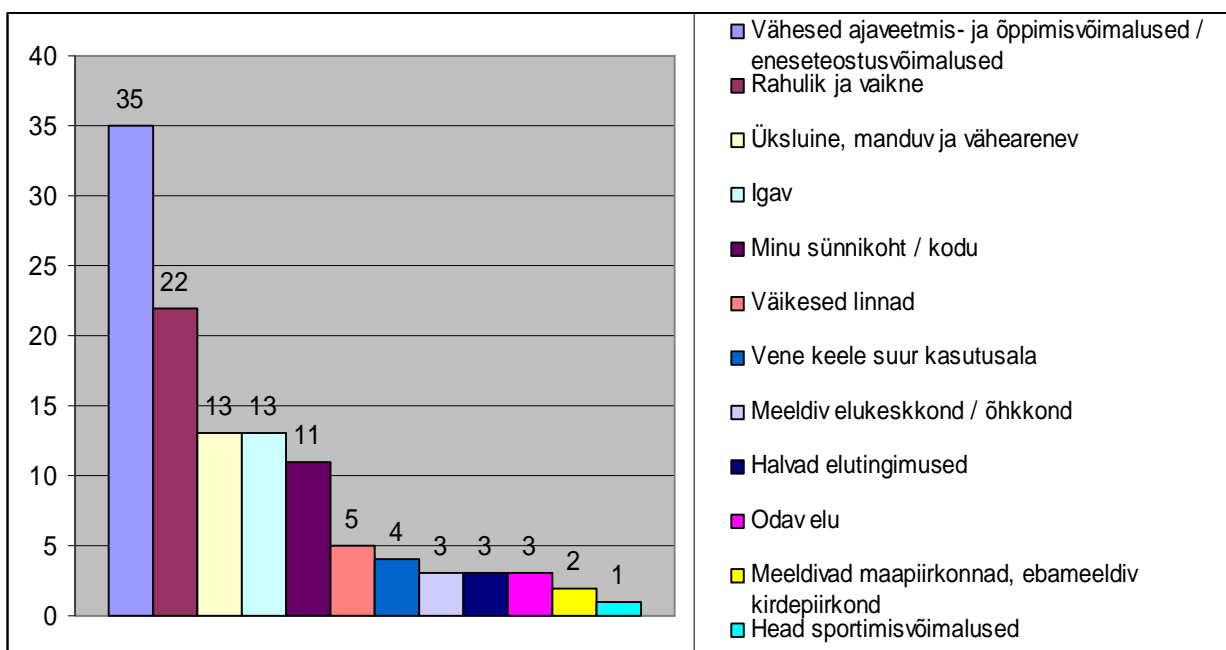
Tabel 19. Mis seostub noortele idavirumaalastele Ida-Virumaa välise ilmega?



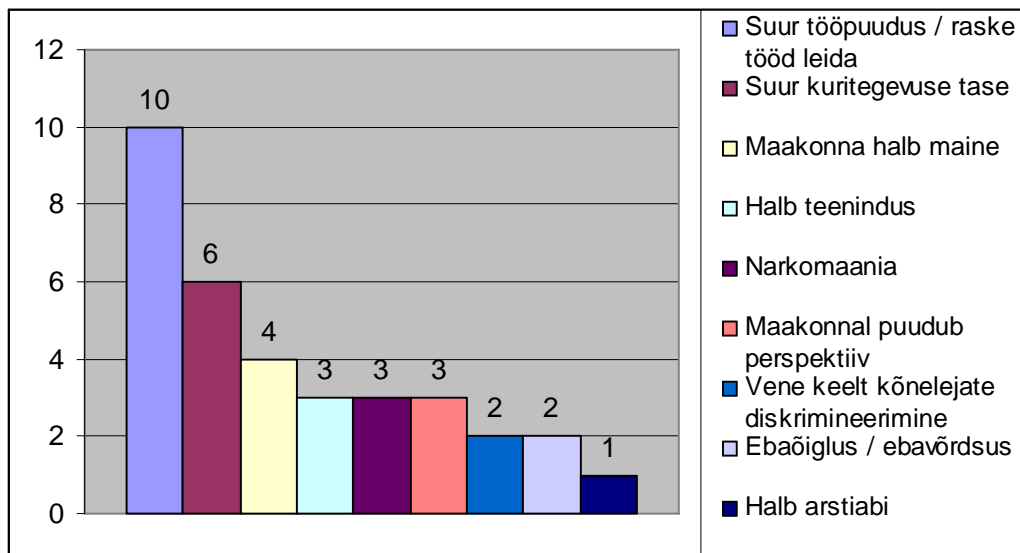
Tabel 20. Mis seostub noortele idavirumaalastele Ida-Virumaa elanikkonnaga?



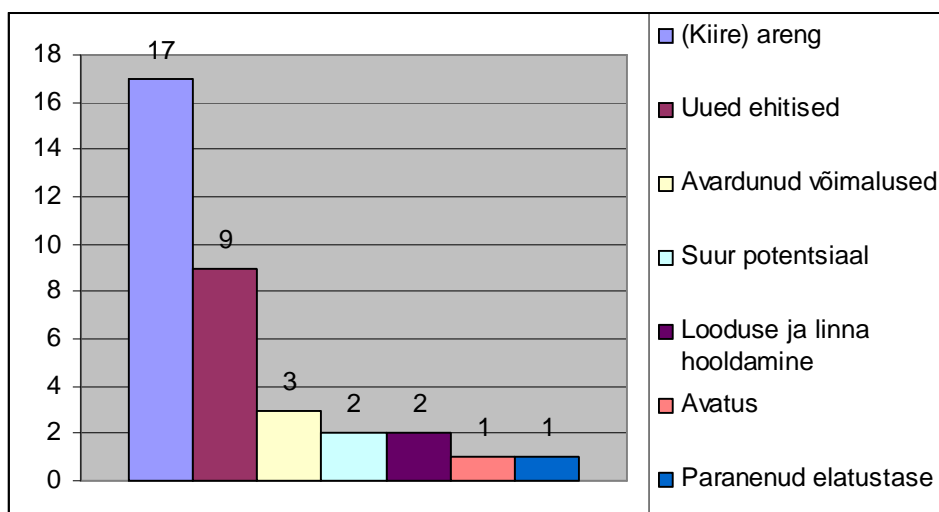
Tabel 21. Kuidas iseloomustavad Ida-Virumaa noored oma maakonda elukeskkonnana?



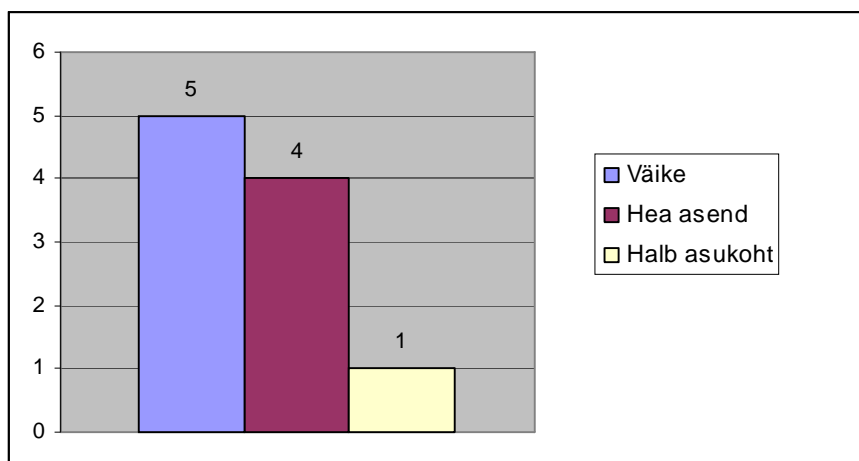
Tabel 22. Milliseid probleeme noored idavirumaalased maakonnaga seostavad?



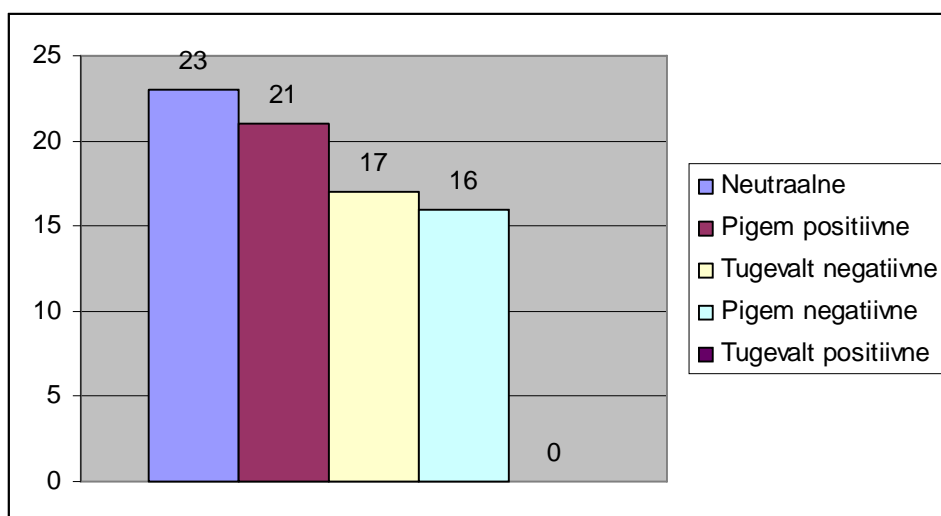
Tabel 23. Milliseid saavutusi ja võimalusi vastajad Ida-Virumaast rääkides mainivad?



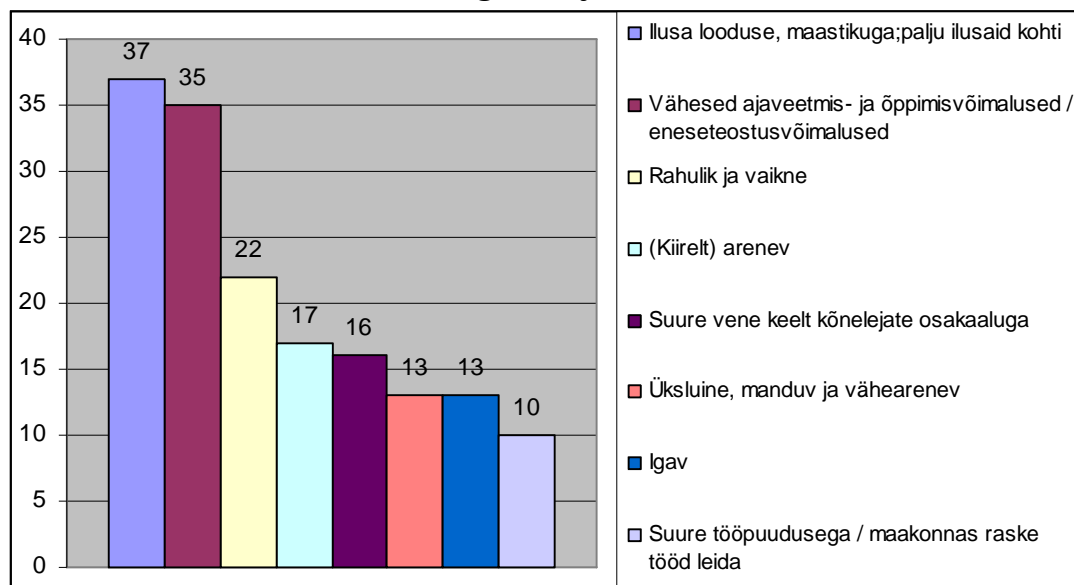
Tabel 24. Millistele maakonna üldistele tunnustele vastajad Ida-Virumaast rääkides viitavad?



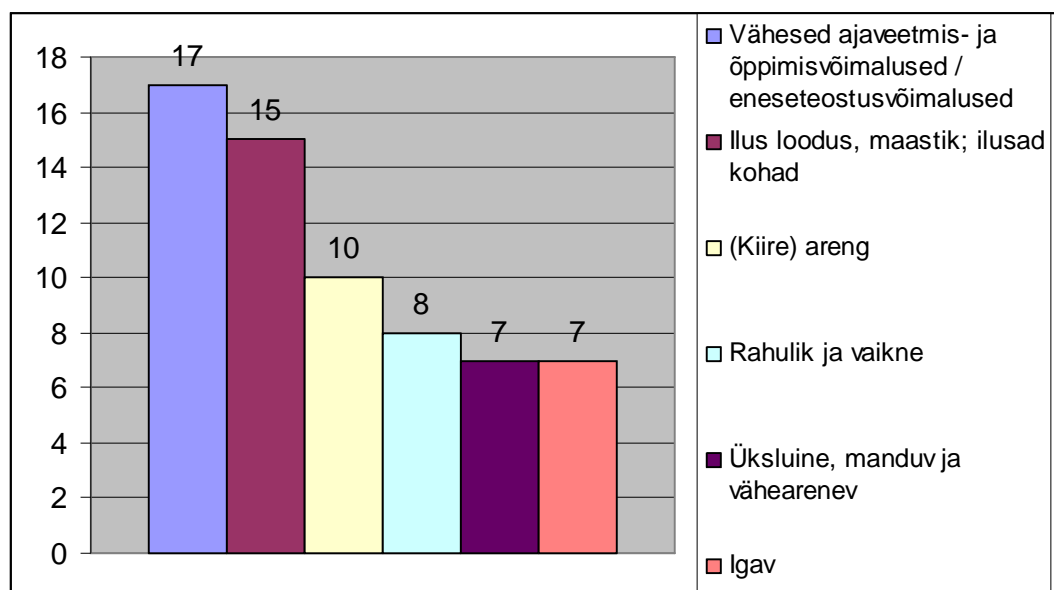
Tabel 25. Milline hinnang peegeldub noorte idavirumaalaste vastustest Ida-Virumaast rääkides?



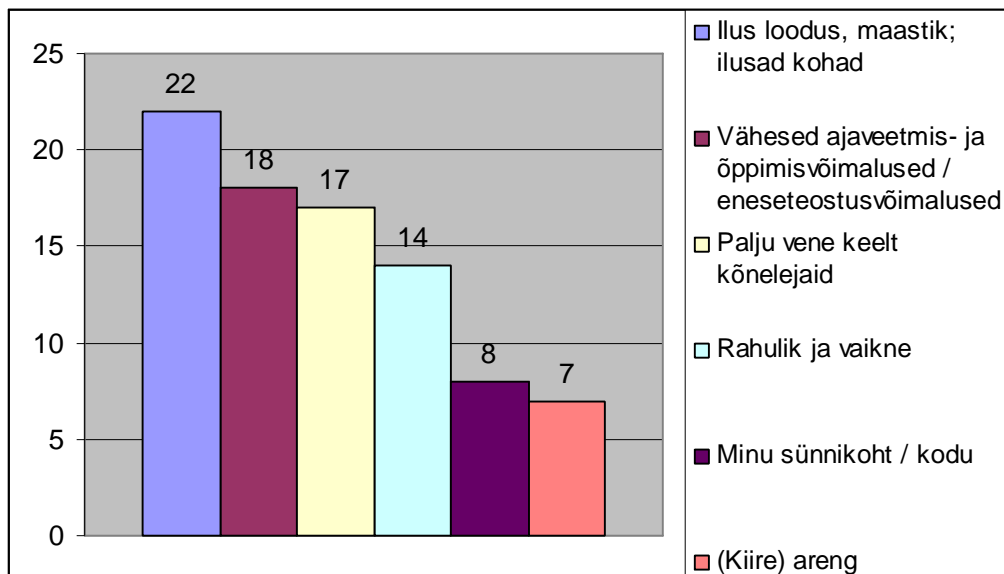
Tabel 26. Ida-Virumaa kuvand kõigi vastajate seas



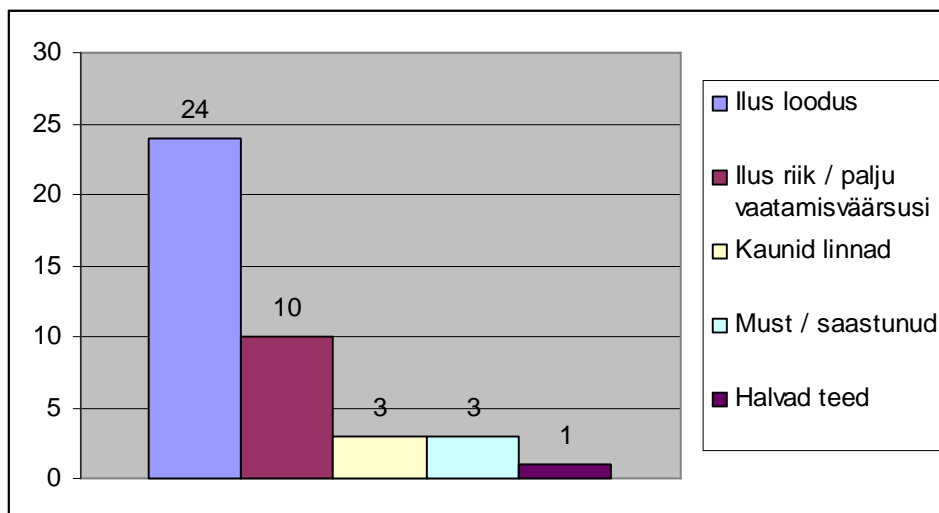
Tabel 26a. Ida-Virumaa kuvand maakonna vene noorte seas



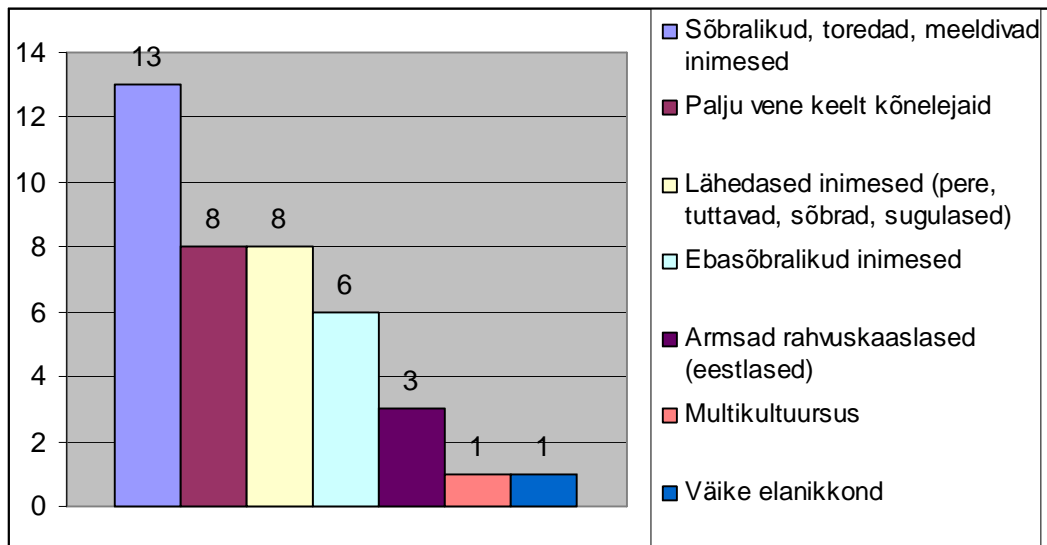
Tabel 26b. Ida-Virumaa kuvand maakonna eesti noorte seas



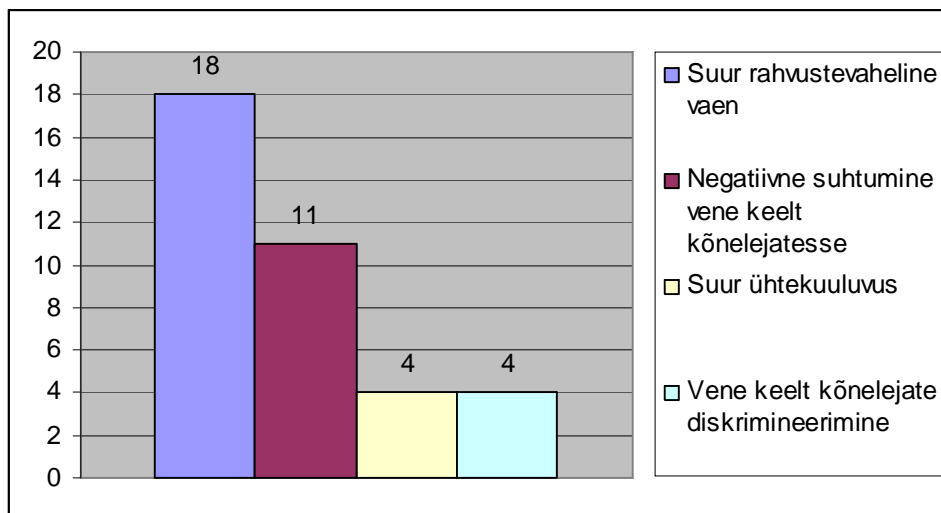
Tabel 27. Mis seostub Ida-Virumaa noortele nende kodumaa välise ilmega?



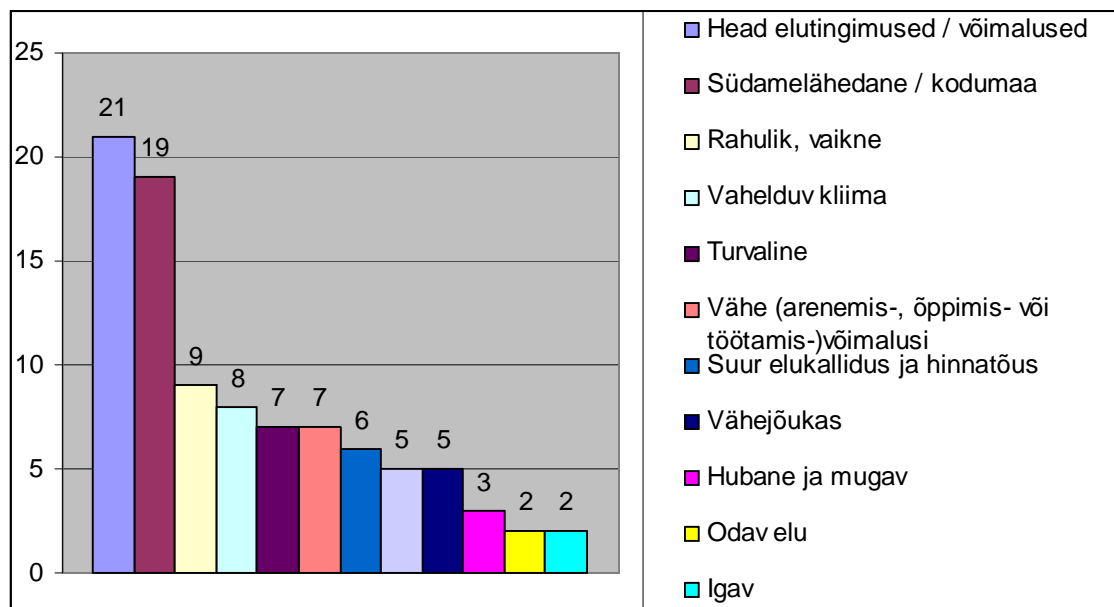
Tabel 28. Mis seostub Ida-Virumaa noortele Eesti elanikkonnaga?



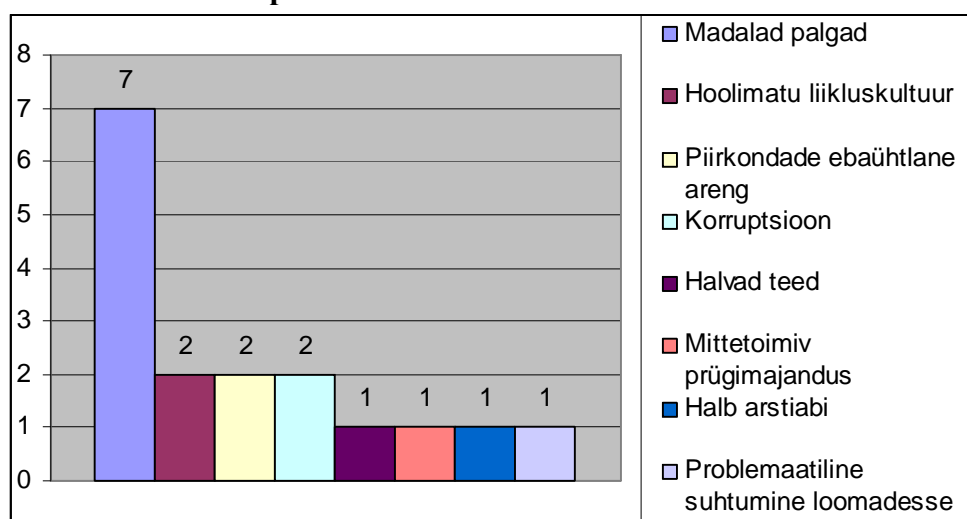
Tabel 29. Kuidas iseloomustavad noored idavirumaalased suhteid Eesti riigis?



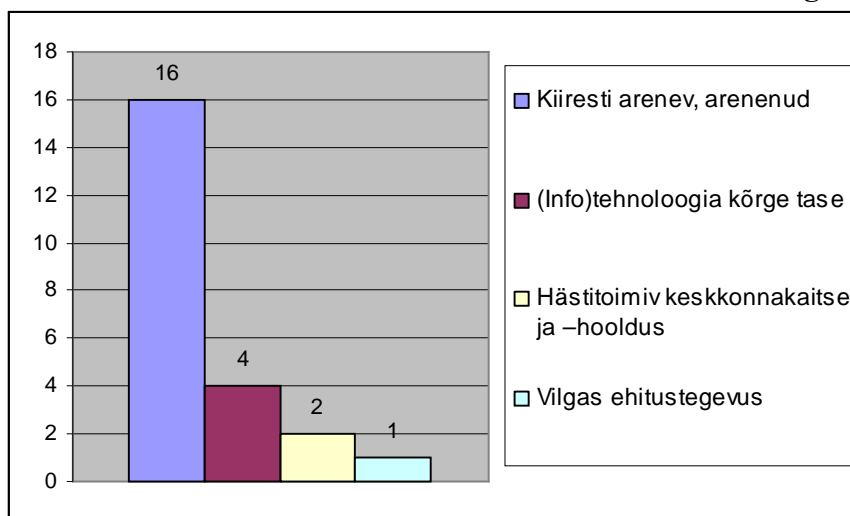
Tabel 30. Mis seostub Ida-Virumaa noortele Eestiga kui elukeskkonnaga?



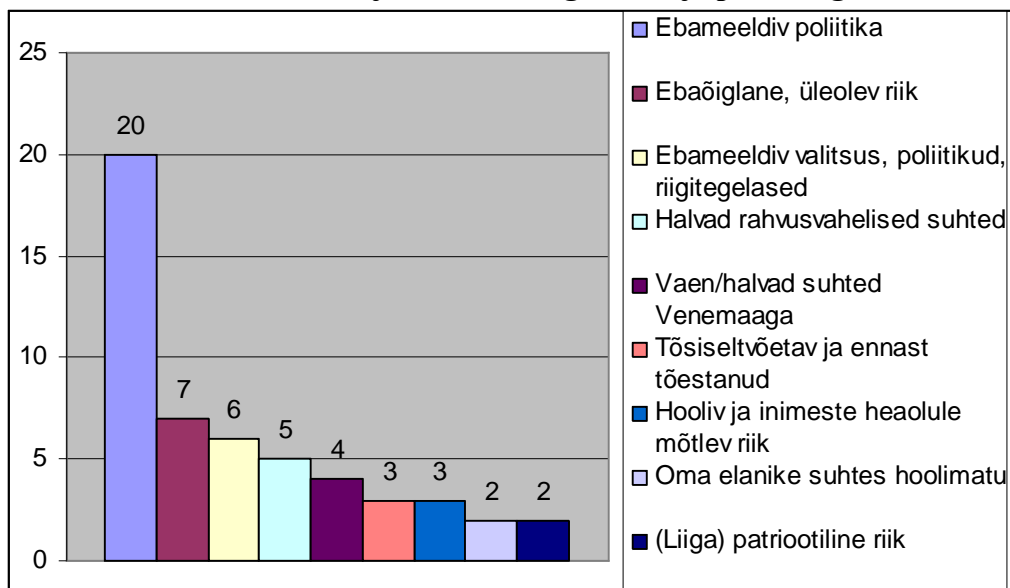
Tabel 31. Millistele probleemidele Ida-Virumaa noored Eestist rääkides viitavad?



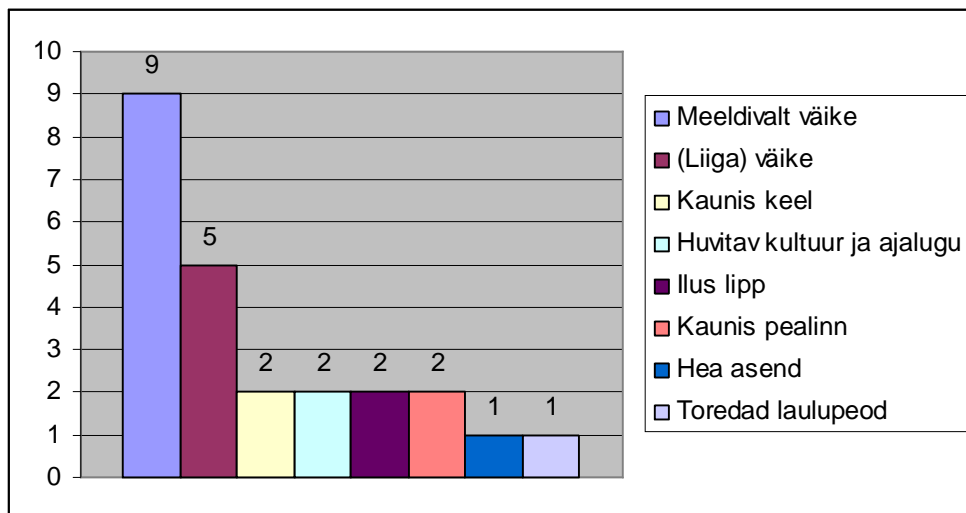
Tabel 32. Milliseid saavutusi noored idavirumaalased Eestiga seoses mainivad?



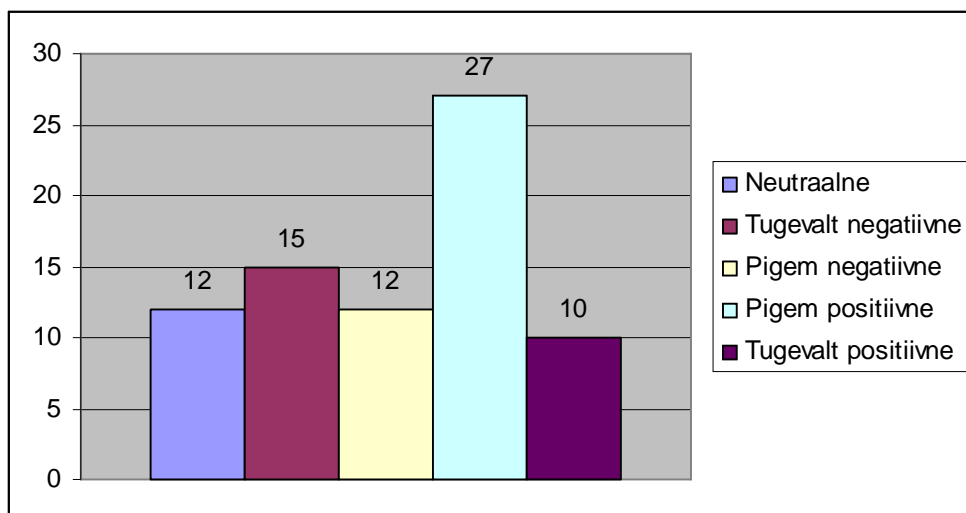
Tabel 33. Mis seostub vastajatele Eesti riigivõimu ja poliitikaga?



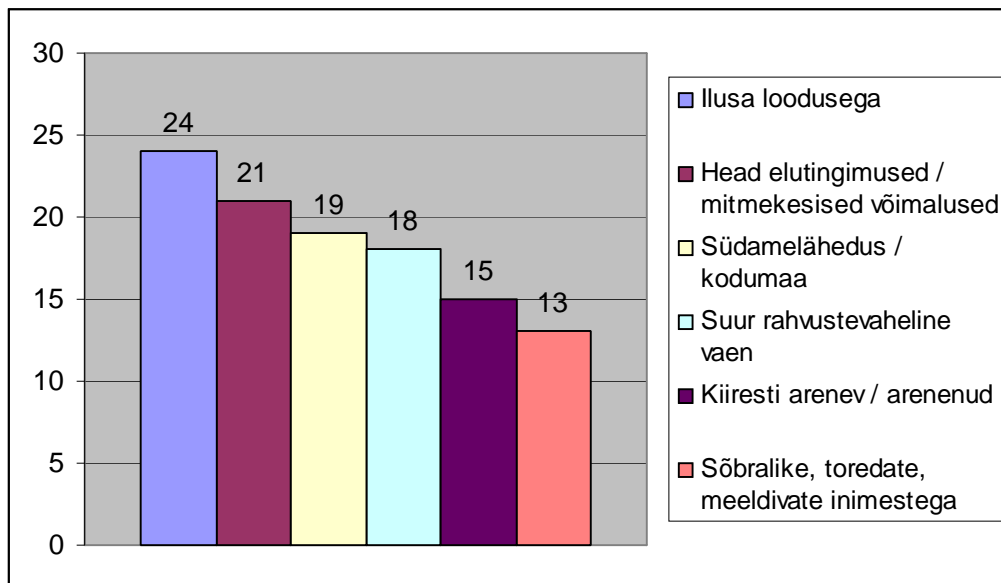
Tabel 34. Millistele riigi üldistele tunnustele vastajad Eestist rääkides viitavad?



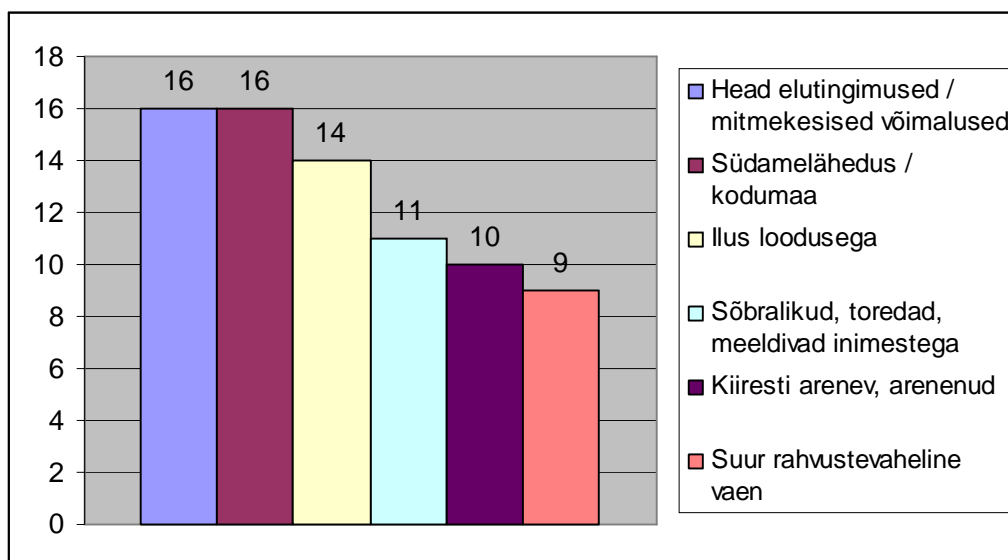
Tabel 35. Milline hinnang peegeldub noorte idavirumaalaste vastustest Eestist rääkides?



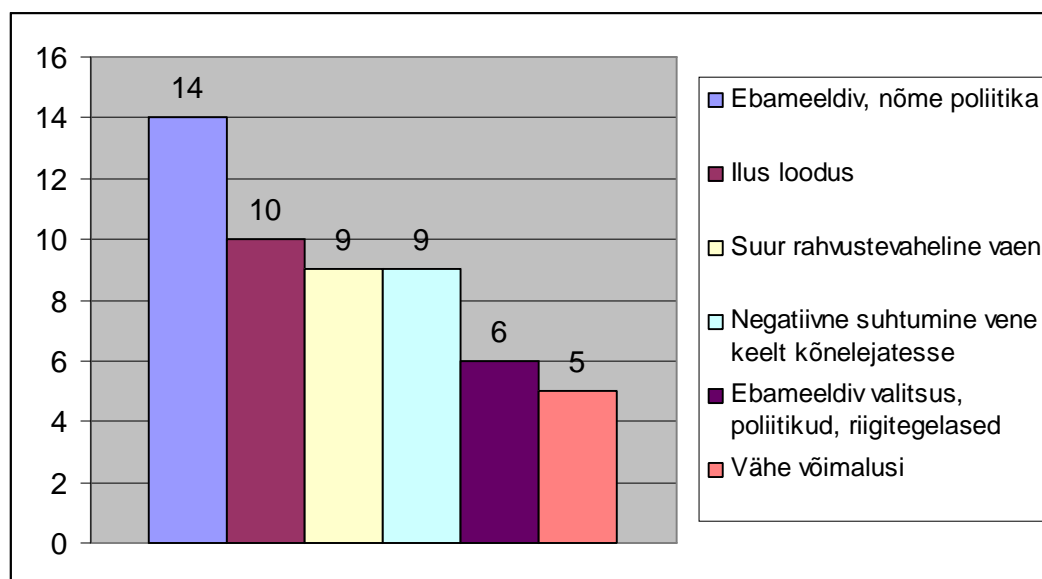
Tabel 36. Eesti üldine kuvand kõigi vastajate seas



Tabel 36a. Eesti üldine kuvand Ida-Virumaa eesti noorte seas.



Tabel 36b. Eesti üldine kuvand Ida-Virumaa vene noorte seas.



LISA 5. Kodeerimisjuhend (Ida-Virumaa)

Loendamisühik – üks maakonna omaduse **maining**. Maining ei ole pikem kui üks lause. Kui ühes lauses mainitakse mitut maakonna omadust (nt Ida-Virumaa on ilusa loodusega, rahulik paik), loetakse need eraldi maininguteks. Kui üks ja sama inimene toob välja samu omadusi mitme erineva küsimuse vastustes, loetakse neid üheks ja samaks maininguks.

Omaduseks loetakse kõiki täidetud ankeetide lahtistes küsimustes mainitud või kirjeldatud maakonna tunnuseid.

Kontekstiühik – ühe lahtise küsimuse vastus, milles maakonna omadusi mainitakse.

Kategooriad:

A Ankeedi number (nummerdus algab ühest)

B Vastaja rahvus

C Maakonna väline ilme

1. ilus loodus, maastik; ilusad kohad
2. palju vaatamisväärsusi, looduskauneid kohti
3. tööstuspiirkond
4. saastatud keskkond
5. halvad teed
6. mustus / prügine
7. kõhedad linnad
8. lagunenuid hooned
9. uued kaubanduskeskused ja uusehitised
10. vähe vaatamisväärsusi
11. vähe poode

D Elanikud

1. palju vene keelt kõnelejaid
2. sõbralikud, toredad inimesed
3. lähedased inimesed (pere, tuttavad, sõbrad, sugulased)
4. ebasõbralikud, ebameeldivad inimesed

5. väike, aga mitmekesine elanikkond
6. rahvustevaheline vaen / killustatus

E Maakond elukeskkonnana

1. rahulik ja vaikne
2. minu sünnikoht / kodu
3. madal elatustase
4. halvad elutingimused
5. üksluine, manduv ja vähearenev
6. igav
7. vähesed ajaveetmis- ja õppimisvõimalused / eneseteostusvõimalused
8. vene keele suur kasutusala
9. odav elu
10. väiksed linnad
11. meeldivad maapiirkonnad, ebameeldiv kirdepiirkond
12. head sportimisvõimalused
13. meeldiv elukeskkond, õhkkond

F Probleemid (milliseid probleeme tuuakse lahtistele küsimustele vastates Ida-Virumaa juures esile)

1. suur kuritegevuse tase
2. narkomaania
3. maakonnal puudub perspektiiv
4. halb arstiabi
5. suur tööpuudus / raske tööd leida
6. maakonna halb maine
7. vene keelt kõnelejate diskrimineerimine
8. ebaõiglus / ebavõrdsus
9. halb teenindus

G Saavutused ja võimalused

1. (kiire) areng
2. uued ehitised
3. suur potentsiaal
4. looduse ja linna hooldamine
5. avatus
6. avardunud võimalused

7. paranenud elatustase

H Geograafilised atribuudid (milliste üldiste tunnustega kirjeldatakse Ida-Virumaad)

1. väike
2. hea asend
3. halb asukoht

I Hinnang maakonnale (milline hinnang Ida-Virumaale vastustest ilmneb, kui erinevate küsimuste puhul on hinnangud erinevad, siis milline varjund jääb domineerima)

1. neutraalne
2. tugevalt negatiivne
3. pigem negatiivne
4. pigem positiivne
5. tugevalt positiivne

LISA 6. Kodeerimisjuhend (Eesti)

Loendamisühik – üks riigi omaduse **maining**. Maining ei ole pikem kui üks lause. Kui ühes lauses mainitakse mitut riigi omadust (nt Eesti on hea kliimaga ning kaunite linnadega riik), loetakse need eraldi maininguteks.

Omaduseks loetakse kõik täidetud ankeetide lahtistes küsimustes mainitud või kirjeldatud riigi tunnuseid.

Kontekstiühik – ühe lahtise küsimuse vastus, milles riigi omadusi mainitakse.

Kategooriad:

A Ankeedi kood

B Vastaja rahvus

C Riigi väline ilme

1. ilus loodus
2. ilus riik / palju vaatamisväärsusi
3. kaunid linnad
4. halvad teed
5. must / saastunud

D Elanikud

1. palju vene keelt kõnelejaid
2. sõbralikud, toredad, meeldivad inimesed
3. lähedased inimesed (pere, tuttavad, sõbrad, sugulased)
4. ebasõbralikud inimesed
5. multikultuursus
6. armsad rahvuskaaslased (eestlased)
7. väike elanikkond

E Suhted

1. suur rahvustevaheline vaen
2. vene keelt kõnelejate diskrimineerimine

3. negatiivne suhtumine vene keelt kõnelejatesse
4. suur ühtekuuluvus

F Eesti elukeskkonnana

1. hubane ja mugav
2. tore ja sõbralik
3. rahulik, vaikne
4. turvaline
5. vahelduv kliima
6. suur elukallidus ja hinnatõus
7. vähejõukas
8. vähe (arenemis-, õppimis- või töötamis-)võimalusi
9. südamelähedane / kodumaa
10. head elutingimused / võimalused
11. odav elu
12. igav

G Probleemid

1. halvad teed
2. hoolimatu liikluskultuur
3. madalad palgad
4. piirkondade ebaühtlane areng
5. korruptsioon
6. mittetoimiv prügimajandus
7. halb arstiabi
8. problemaatiline suhtumine loomadesse

H Saavutused

1. kiiresti arenev, arenenud
2. (info)tehnoloogia kõrge tase
3. hästitoimiv keskkonnakaitse ja -hooldus
4. vilgas ehitustegevus

I Poliitiline tegevus, riigivõim

1. tõsiseltvõetav ja ennast tõestanud
2. hooliv ja inimeste heaolule mõtlev riik
3. ebaõiglane, üleolev riik
4. oma elanike suhtes hoolimatu

5. ebameeldiv poliitika
6. ebameeldiv valitsus, poliitikud, riigitegelased
7. halvad rahvusvahelised suhted
8. vaen/halvad suhted Venemaaga
9. (liiga) patriootiline riik

J Üldised tunnused

1. kaunis keel
2. huvitav kultuur ja ajalugu
3. meeldivalt väike
4. (liiga) väike
5. hea asend
6. toredad laulupeod
7. ilus lipp
8. kaunis pealinn

K Hinnang riigile

1. neutraalne
2. tugevalt negatiivne
3. pigem negatiivne
4. pigem positiivne
5. tugevalt positiivne